



Научная статья | Общая психология, психология личности, история психологии

ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ ИЗОБРАЖЕНИЙ ИЗРАЗЦОВ ДРЕВНЕРУССКИХ ХРАМОВ

Н.А. Киселева, В.Н. Галяпина

Аннотация

Обоснование. Актуальность исследования связана с возрастанием интереса к древнерусскому искусству и дефицитом междисциплинарных исследований взаимосвязей социума и продуктов изразцового искусства, широко представленных в культуре средних веков.

Цель и новизна работы состоит в изучении особенностей визуального восприятия представителями разных поло-возрастных групп фотоизображений архитектурных изразцов древнерусских храмов, являющихся ярким феноменом мировой визуальной культуры.

Материалы и методы. На основе ассоциативного эксперимента исследованы особенности восприятия нашими современниками фотоизображений архитектурных изразцов Верхоспасского собора Московского Кремля XVII века и псковского храма Георгия со Взвоза XV века, входящими в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО.

Результаты. Семантическим ядром, составляющим наиболее часто повторяющиеся ассоциации по визуальному образу московского изразца, оказались темы «цветы», «орнамент» и «узор», по псковскому изразцу – «животные», «древность», «миф». Выделены 6 наиболее частых категорий ассоциаций и установлена их иерархия в порядке убывания рангов: конкретные, абстрактные, философско-психологические, сюжетные, религиозно-символические и аллегорико-метафорические. Выявлено сходство в последовательности рангов категорий ассоциаций, независимо от возраста и пола реципиентов. У женщин обнаружено большее количество ассоциаций по всем категориям, чем у

мужчин, ассоциации у женщин более разнообразны, многословны, образны, эмоционально окрашенные по сравнению с мужскими. Различия у молодежи (17-30 лет) и старшего поколения (31-67 лет) проявились в содержательном и количественном наполнении ассоциативного поля.

Ключевые слова: визуальное восприятие; ассоциации; семантические поля; категории; изразцы

Для цитирования. Киселева Н.А., Галяпина В.Н. Особенности визуального восприятия изображений изразцов древнерусских храмов // Russian Journal of Education and Psychology. 2024. Т. 15, № 6. С. 163-186. DOI: 10.12731/2658-4034-2024-15-6-721

Original article | General Psychology, Personality Psychology, History of Psychology

PECULARITIES OF VISUAL PERCEPTION OF IMAGES OF ANCIENT RUSSIAN TEMPLES' TILES

N.A. Kiseleva, V.N. Galiapina

Abstract

Background. The relevance of the research relates to the growing interest to ancient Russian art and to the lack of sociological and interdisciplinary research on the relationship between society and the products of tile art, widely represented in the culture of the Middle Ages.

The **purpose** and novelty of the work is to study the features of our contemporaries' perception of photographic images of architectural tiles of ancient Russian temples, which are a striking phenomenon of traditional culture.

Materials and methods. The peculiarities of perception by different social groups of the architectural tiles of the Verkhospassky Cathedral of the Moscow Kremlin of the 17th century and the Pskov Church Georgiya so Vzvoza of the 15th century, included in the list of UNESCO World Heritage Sites, are investigated in this work, based on the use of an associative experiment.

Results. The semantic core of the most frequently repeated associations for the visual image of Moscow tiles was “flowers”, “ornament” and “pattern”, for Pskov tiles - “animals”, “antiquity” and “myth”. Six most frequent

categories of associations were identified and their hierarchy in descending order of ranks was established: concrete, abstract, philosophical-psychological, plot, religious-symbolic and allegorical-metaphorical. Similarity in the sequence of ranks of the association categories was found regardless of the age and gender of the recipients. Women were found to have a greater number of associations in all categories than men; women's associations were more diverse, verbose, figurative, and emotionally colored than men's. Differences in young people (17-30 years old) and older generation (31-67 years old) were manifested in the content and quantity of the associative field.

Keywords: visual perception; associations; semantic fields; category; tiles

For citation. Kiseleva N.A., Galiapina V.N. Peculiarities of Visual Perception of Images of Ancient Russian Temples' Tiles. *Russian Journal of Education and Psychology*, 2024, vol. 15, no. 6, pp. 163-186. DOI: 10.12731/2658-4034-2024-15-6-721

Введение

В последние десятилетия отмечается рост интереса к визуальному древнерусскому искусству – изразцам, мозаике, фрескам, иконам. Архитектурные изразцы являются ярким феноменом культуры и представляют собой керамические плитки с орнаментами, символическими композициями или надписями, размещенными на фасадах зданий. Исследования восприятия искусства публикой проводились в рамках разных научных направлений: искусствоведения [6; 11], культурологии [9], психологии [12; 13], педагогики [1] и др. Как отдельное направление выделилось изучение визуального восприятия городской архитектуры [3-5].

В современных работах по визуальному восприятию широко используется феноменологический подход, направленный на качественный анализ визуальных объектов [14]. Продолжается расширение научного категориального аппарата в изучении восприятия. В рамках когнитивной психологии вводятся новые термины «широкое познание» и «узкое познание», «широкое восприятие» и «узкое восприятие», с помощью которых анализируются взаимосвязи и границы между познанием и восприятием [15, с. 318]. Однако

анализ показал, что научные исследования восприятия аудиторией декоративно-прикладного творчества, в частности, изразцов, немногочисленны. Вместе с тем, тема восприятия и интерпретации изразцового искусства разными социальными группами представляется нам перспективной и требующей междисциплинарного подхода.

В данной статье представлена часть масштабного исследования особенностей восприятия фотоизображений изразцов древнерусских храмов, входящих в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО [7; 8].

Целью исследования является изучение особенностей восприятия фотоизображений архитектурных изразцов древнерусских храмов разными социальными группами.

Исследовательские вопросы:

1. Каковы наиболее распространенные категории ассоциаций, отражающих визуальное восприятие нашими современниками образов архитектурных изразцов древнерусских храмов?
2. Каковы особенности визуального восприятия изразцов древнерусских храмов у респондентов разного возраста?
3. Каковы особенности визуального восприятия изразцов древнерусских храмов у респондентов разного пола?

Материалы и методы

В качестве инструмента использовался свободный ассоциативный эксперимент. Респондентам последовательно предъявлялись 2 цветные фотографии архитектурных изразцов, расположенных на барабанах куполов православных храмов Москвы и Пскова, входящих в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО (Рис. 1, 2). После просмотра каждой фотографии респонденты отвечали на вопрос: «Какие ассоциации (первые пришедшие на ум образы) вызывает у Вас это изображение?». Количество ассоциаций не ограничивалось. Дополнительно анализировались социально-демографические характеристики респондентов: пол, возраст, этническая принадлежность, конфессиональная принадлежность, уровень образования, профессия (специальность), место проживания.

Опрос проходил онлайн на платформе 1ka в 2020 г. В качестве стимульного материала использовалась фотография изразца Верхоспасского собора XVII в. Московского Кремля (далее по тексту будет использоваться название «московский изразец»). На изразце изображен сюжет, представляющий собой симметричный орнаментальный мотив бело-жёлто-бирюзовой окраски на ярко-синем фоне (Рис. 1). Данный полихромный изразец многократно повторяется на барабанах одиннадцати золотых куполов Теремного дворца, которые возвышаются на его крыше и хорошо видны с самых разных точек территории Кремля.

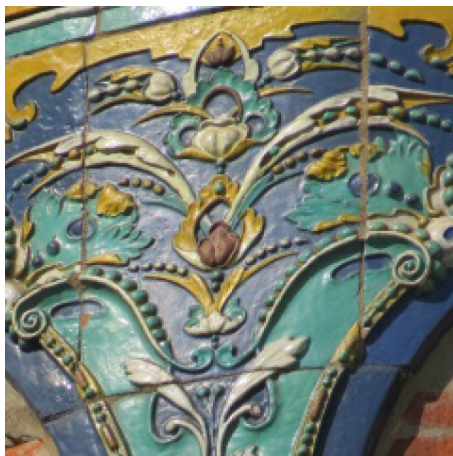


Рис. 1. Изразец Теремного дворца Московского Кремля (фото Н.А. Киселевой)

Второй изразец, расположенный на барабане купола псковского храма Георгия со Взвоза XV в. (далее по тексту будет использоваться название «псковский изразец»), имеет уникальную тёмно-зелёную сюжетную композицию, в центре которой изображено мифологическое существо китоврас (кентавр), размахивающий булавой. По бокам от него стоят две человекоподобные фигуры в длинных одеждах, а внизу - птицы и звери, заключенные в окружности (Рис. 2). Повторяющиеся изразцы с китоврасом образуют горизонтальный фриз барабана купола Георгиевского храма.



Рис. 2. Изразец псковского храма Георгия со Возвза (фото Н.А. Киселевой)

В исследовании приняли участие 415 респондентов в возрасте от 18 до 67 лет ($33,65 \pm 12,587$); 62% женщин и 38% мужчин. Выборка включала в себя 51,8% респондентов с высшим образованием, 21,4% - с неполным высшим, 15,2% - со средним специальным, 8,4% - со средним и 3,3% - с неполным средним. Большинство респондентов указали, что они русские – 84,3% и еще 15,7% выборки указали другие этнические группы (белорусы, украинцы, эстонцы, сето, молдаване, узбеки, туркмены, осетины, таджики, поляки). По религиозной принадлежности выборка распределилась следующим образом: православные христиане – 63,1%, представители других религий – 18,8% (мусульмане – 7,5%, протестанты – 2%, католики – 1%, буддисты – 1%, иудеи – 0,3%, другие – 7%), неверующие (атеисты) – 18,1%. Профессиональная принадлежность респондентов: 54,5% отнесли себя к специалистам гуманитарной сферы, 21,2% - технической, 24,3% - не указали специальность. 10,4% респондентов проживают в настоящее время в Москве, 22,2% - в Пскове, 67,4% - в других городах и поселках России и ближнего зарубежья.

Математико-статистическая обработка данных: описательные статистики, контент-анализ, категориальный анализ, экспертная оценка, анализ с помощью углового преобразования Фишера.

Результаты

Для ответа на первый исследовательский вопрос был проведен контент-анализ всего массива ассоциаций. Совокупность генерируемых респондентами ответов по обоим изображениям составила 757, из них 332 ответа относились к изразцу Московского Кремля и 425 – к псковскому храму Георгия со Взвоза.

Анализ результатов восприятия фотографии *изразца Московского Кремля* позволил выделить семантические поля данного визуального стимула. Для этого были подсчитаны частота (вес) встречаемости одинаковых ассоциаций и проведено их ранжирование в порядке убывания. Наиболее часто встречающимся семантическим ядром, составляющим культурно-первичные повторяющиеся у разных респондентов ассоциации и представления о данном визуальном образе московского изразца, оказались темы «цветы» (цветок, цветной) – у 43 человек, «орнамент» – 25 и его синоним «узор» – 19. Этому могли способствовать насыщенно-яркий жёлто-бело-бирюзовый колорит образа, его симметричная форма и повторяемость элементов композиции. Совпавшие ответы свидетельствуют об устойчивой связи в сознании опрошенных между представленным образом и его ассоциатом.

В группу среднечастотных ассоциаций околядерного пояса, которые назвали от 5 до 15 респондентов, вошли: птица 15, рост 14, растение 12, растительный 12, фонтан 12, расцвет 11, цветение 9, природа 9, небо 9, распускается цветок 8, жизнь 8, изобилие 6, цветочный 6, вода 6, свобода 6, солнечная 5, религиозный 5, весна 5, морская 5, развитие 5.

Группу низкочастотных ассоциаций околядерного пояса, появившиеся у 2-4 человек, составили: возвышение 4, процветание 4, плодородие 4, полёт 4, радость 4, семена 4, сказка 4, царь (царство, царствование) 4, воскрешение 3, дерево 3, древность 3, жар-птица 3, колос 3, трава 3, утро 3, богатство 2, брызги 2, букет 2, зёрна 2, красота 2, лето 2, праздник 2, символы 2, сова 2, спокойствие (спокойный) 2, созревание 2, убранство 2, украшение 2, урожай 2. Остальные ассоциации представлены в единичной встречаемости

и составляют периферию семантического поля, самую многочисленную и разнообразную группу ассоциаций.

Ассоциативный эксперимент позволил выявить несколько часто встречающихся общих тем, отличающихся по смысловому содержанию ассоциаций, вызванных у респондентов при восприятии изображения московского изразца:

- водно-солнечно-морскую тему («путешествие к солнцу», «бушующее море», «брызги волн в море под солнечными лучами», «из недр земли поднимается фонтан, чьи воды на солнце играют разными красками», «восход солнца над лесами и болотами», «единение воды и земли», «солнечная и небесная энергия сплетаются в узоре»),

- рождение-рост-развитие («из семени в центре вырастает всё остальное», «происхождение многого из единого», «расцвет, пробуждение природы, весна», «рождение живительных потоков, создающих новую жизнь», «рождение богини плодородия», «рождение флоры из глубин океана»),

- религиозную тему («вознесение Христа», «воскрешение души»),
- природную тему («в небе летят птицы», «птица, взлетающая вверх»),
- тему власти («сказка о царе Салтане», «в замке живет принцесса», «сюжет, подчеркивающий роскошь и особый статус владельца»).

Содержательный анализ всего ассоциативного поля показал, что московский изразец вызывает у зрителей позитивное жизнеутверждающее впечатление и ассоциируется с расцветом, развитием, красотой и богатством, мощными природными образами, а также с культурно-историческими и религиозно-философскими мотивами. Известно, что Верхоспасский собор, украшенный одиннадцатью золотыми куполами на изразцовых барабанах, фрагмент которых и предлагался в качестве стимульного материала в нашем эксперименте, является одним из символов Московской Руси и её державного Кремля. Поэтому ассоциации к московскому изразцу в некоторой степени отражают отношение испытуемых к русской национальной культуре.

Изразец *псковского храма Георгия со Взвоза* актуализировал у респондентов совсем иные семантические пространства и социальные смыслы. Анализ результатов эксперимента позволил выявить по

лидирующей тематике следующие повторяющиеся ассоциации, составляющие семантическое ядро: животные 28, древность (древние) 23, миф (мифология, мифологический) 16. Среди них мы встречаем как более узкие, так и более широкие обобщающие понятия, отражающие особенности познавательной деятельности опрошенных.

Околоядерный пояс среднечастотных ассоциаций составили ассоциации: страх (страшный, страшно) 12, смерть 12, жизнь 10, люди 10, рисунки 10, история 9, птицы 9, язычество 9, звери 8, охота 8, кентавр (китоврас) 7, образ 7, Египет 7, символы 6, старина (старинный) 5, мир 5, инопланетяне 5. Сложный многофигурный сюжет псковского изразца вызвал большое разнообразие ассоциаций и широкую палитру эмоционального отклика респондентов. Как видим, в этом семантическом поясе доминируют философско-психологические абстрактные понятия и описание конкретных образов на изразце. Неожиданной является ассоциация с Египтом, которая появилась у 7 человек, её дополняют ассоциации с Древней Русью, Древней Грецией, славянами, майя и ассоциация с инопланетянами у 5 опрошенных.

К низкочастотным ассоциациям околоядерного пояса можно отнести следующие: Русь 4, интерес 4, монеты 4, колесница 4, сюжет 4, демоны 4, иерархия 3, сказка 3, средневековые 3, деньги 3, дракон 3, фауна 3, цирк 3, чудовище (чудище, чудо-юдо) 3, странное 3, древнегреческий 3, ад 2, борьба 2, велосипед 2, война 2, жуть 2, единство 2, вороны 2, зелень 2, зоопарк 2, бестиарий 2, болезнь 2, крокодил 2, летопись 2, нашествие 2, природа 2, ритуал 2, сова 2, человек 2, чума 2, шаман (шаманство) 2. Остальные периферийные ассоциации представлены по одной.

Среди наиболее часто встречающихся ассоциаций, вызванных у респондентов при восприятии изображения псковского изразца, по смысловому содержанию можно выделить следующие темы, включающие не только повторяющиеся слова, но и словосочетания и предложения:

- информационное послание («зашифрованное послание древних людей», «древние легенды», «рисунки первых людей», «миф», «летопись», «сказка», «история», «сюжет»);

- исторические факты («ледовое побоище», «факты из жизни Георгия Победоносца», «персонажи славянской мифологии», «скифская традиция», «символы монет 15-го века»);

- тема единства, взаимосвязи, иерархии («единство, место в обществе и цепи», «животные и люди, населяющие нашу Русь», «связь человека с животным миром», «покровительство или иерархия», «кто выше – главный, а мы только подчиняемся», «по краям два существа, контролирующие процесс»);

- борьба, сражение («образ защитника и врагов», «ледовое побоище», «нашествие врагов», «битва гигантов», «образ силы», «противостояние»);

- захват, заточение («захват территорий», «заклучение в оковы», «проводники, клетки, охрана», «стража, слуги», «образ угнетательства, рабства»);

- жизнь и смерть в разных мирах («жизнь и смерть», «подземное царство», «загробный мир», «погребальный обряд», «создание и контроль»);

- метафоры («равновесие, работа, душевные раны», «колесница, перемещение во времени», «эволюция, философия», «идёт по головам», «вирус разбушевался, разогнал всех по клеткам») и т.д.

Изразец псковского храма Георгия со Взвоза продуцирует у респондентов ассоциации, в которых отражена культурно-героико-историческая тема. Здесь в образе воина-китовраса респонденты очень точно уловили характер древнерусского города Пскова, стоящего на западной границе и являющегося форпостом и защитником Русской земли, мужественно отразившим многочисленные атаки и нашествия врагов.

Результаты показали, что у 15,4% опрошенных не вызвал никаких ассоциаций первый изразец и у 20,5% выборки - второй. Таким образом, псковский изразец получил большее количество ассоциаций у респондентов по сравнению с московским, но в то же время он вызвал и большее количество отказов от ассоциаций. Можно предположить, что это связано с типом изображения на изразцах. Многофигурная сюжетная композиция псковского изразца с китоврасом в большей степени активизировала воображение и вызвала

эмоциональный отклик в семантике ассоциаций зрителей по сравнению с абстрактным орнаментом московского изразца, несмотря на яркую полихромность последнего.

Анализ семантической близости ассоциаций при восприятии респондентами изображений двух изразцов показал, что для обоих стимулов, несмотря на различия в их сюжете и колористике, наряду со специфическими были использованы и одинаковые ассоциации. Всего выявлено 88 совпадающих ассоциаций, приведённых далее, где первая цифра означает количество повторяющихся ассоциаций по московскому изразцу, а вторая – по псковскому: птица 15–9, жизнь 11–10, природа 9–5, религия (религиозный) 5–1, царь (царство, царствование) 4–1, старинный (старина) 1–5, Русь (русский) 2–2, сова 2–2, библейский 1–1, исторический 1–1, изображение 1–1, танец 1–1.

Семантические совпадения ассоциаций по разным визуальным стимулам отражают общие смысловые и содержательные ценностные характеристики объектов, являющиеся отражением коллективного сознания и социо-культурного опыта респондентов.

Категориальный анализ первичных ассоциаций респондентов при восприятии фотоизображений изразцов

Для снижения размерности ассоциативного поля весь массив ассоциаций был разделен на 6 групп смысловых категорий (Таблица 1):

- 1 – конкретные (например, «цветок», «птица»),
- 2 – сюжетные (например, «нашествие врагов»),
- 3 – абстрактные («красота», «сказка»),
- 4 – аллегорико-метафорические («душевные раны», «разрыв поколений»),
- 5 – религиозно-символические («рай», «павлинье око»),
- 6 – философско-психологические («жизнь», «создание»).

Суммарный анализ рангов ассоциаций показал, что на первом месте оказались конкретные ассоциации, составляющие ядро (например, «цветок», «орнамент», «птица», «растение»). Второе место занимают абстрактные ассоциации («древность», «миф», «изобилие»), затем идут философско-психологические ассоциации («жизнь», «страх»), сюжетные («охота», «борьба», «распускается цветок»), религиозно-

символические («воскрешение», «библейские мотивы»). Наименьшее количество оперантов относится к категории аллегорий, представляющих собой иносказательный образ («цирк», «иерархия») и метафор, основанных на образном употреблении слов и выражений, переносе названия с одного предмета на другой на основании их сходства («жар-птица», «чудо-юдо заморское», «идёт по головам»).

Таблица 1.

Категориальный анализ ассоциаций респондентов на визуальные стимулы на примере изразцов

Категории ассоциаций	Количество ассоциаций (% от общего кол-ва ассоциаций n=757)		
	Московский изразец	Псковский изразец	Сумма
Конкретные	30,8	13,1	43,9
Абстрактные	16,6	21,5	38,1
Философско-психологические	9,3	12,5	21,8
Сюжетные	3,6	5,5	9,1
Религиозно-символические	3,5	2,7	6,2
Аллегорико-метафорические	2,0	2,5	4,5
Всего ассоциаций	332	425	757

Анализ качественных особенностей ассоциаций (тема, категория) и количественных показателей (частота ассоциаций) позволяет сделать вывод о доминирующих социальных проблемах общества. С нашей точки зрения, показательными являются не только часто употребляемые ассоциации, составляющие ядро и околоядерное пространство, но и периферийные ассоциации («место в обществе и цепи», «битва гигантов», «освобождение от тягот», «затмение перед победой», «единство с природой», «колесница, перемещение во времени», «по краям два существа, контролирующие процесс», «тот, кто выше – главный, а мы только рабы», «сказочная царская Русь», «факты из жизни Георгия Победоносца», «связь человека с животным миром», «образ защитника и врагов»), отражающие социальный настрой в обществе с учетом того, что эксперимент проводился в самом начале периода карантина и самоизоляции 2020 года, когда актуализировались темы жизни и смерти, страха, борьбы и защиты.

Неожиданным оказался тот факт, что на довольно абстрактный сюжет со стилизованным нефигуративным изображением на московском изразце максимальное количество респондентов высказали достаточно конкретные ассоциации («цветок», «орнамент», «брызги», «семена» и т.д.). В то время как образ псковского изразца, имеющий реалистичное содержание с узнаваемыми объектами в виде людей, животных, птиц и мифологического существа породил больше всего абстрактных ассоциаций («сказка», «ритуал», «история», «древность»).

Как показал анализ с помощью углового преобразования Фишера, различия в восприятии двух изразцов значимы только в отношении конкретных ассоциаций ($\varphi^*=3,083$, $p<0,01$). Таким образом, разный характер сюжета визуального образа активизирует появление разных смысловых категорий ассоциаций у зрителей, побуждая к познанию своих исторических корней, что является актуальным инструментом формирования культурной идентичности.

**Первичные ассоциации у мужчин и женщин
при восприятии фотоизображений изразцов**

Для ответа на второй исследовательский вопрос мы провели сравнительный анализ категорий ассоциаций, возникших при восприятии изразцов у разных социальных групп, отличающихся по полу и возрасту. Результаты восприятия изразцов у мужчин и женщин представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Категориальный анализ ассоциаций на визуальные стимулы у мужчин и женщин (% ассоциаций от общего количества мужчин и количества женщин)

Категории ассоциаций	Мужчины		Женщины	
	Московский изразец	Псковский изразец	Московский изразец	Псковский изразец
конкретные	59,3	20,7	65,8	30,7
абстрактные	5,7	12,9	8,3	10,1
философско-психологические	21,4	42,1	42,1	45,2
сюжетные	4,3	2,9	3,9	6,6
религиозно-символические	3,6	5,7	9,2	5,3
аллегорико-метафорические	10,7	2,9	24,1	31,6

Анализ с помощью углового преобразования Фишера показал, что существуют значимые гендерные различия при восприятии московского изразца в отношении философско-психологических ассоциаций ($\varphi^*=3,055$, $p<0,01$), религиозно-символических ($\varphi^*=1,655$, $p<0,05$) и аллегорико-метафорических ($\varphi^*=2,546$, $p<0,01$). В отношении псковского изразца гендерные различия были выявлены только по аллегорико-метафорическим ассоциациям ($\varphi^*=6,025$, $p<0,01$). Можно отметить, что наши данные лишь отчасти согласуются с результатами ранее проведенных исследований, в которых не выявлено существенных половых различий при семантическом оценивании архитектурных объектов [4, с. 96].

Сравнительный анализ повторяющихся ассоциаций у респондентов мужского и женского пола показал, что наибольшее их число обнаружено у женщин: «цветок» 23, «орнамент» 22, «рост» 14, «узор» 12, «растительный» 11, «расцвет» 11; мужчины: «цветок» 20, «узор» 7, «птица» 6, «фонтан» 6, «растение» 4. Женщины были более единодушны в восприятии изразцов, это может говорить о схожести их представлений в ответ на визуальные стимулы.

Следует также отметить, что у женщин визуальные стимулы вызвали больший эмоциональный отклик. Так, анализ ассоциаций, включённых в философско-психологическую категорию, показал, что в семантическом поле женщин чаще появлялись операнты, отражающие их психические состояния. Например, образ московского изразца вызвал эмоционально окрашенные ассоциации у 12 женщин («спокойствие» 5, «умиротворение» 2, «радость» 2, «удивление» 1, «любопытство» 1, «интерес» 1) и у 4 мужчин («радость» 2, «вдохновение» 1, «приятно смотреть» 1); а псковский изразец вызвал эмоционально окрашенные образы у 16 женщин и только у одного мужчины. Вместе с тем у большего количества женщин, чем мужчин, данные стимулы не вызвали никаких ассоциаций (соответственно у 29,8% и 24,3%).

Как отмечает Е.Ю. Артемьева [2], в психосемантических исследованиях эмоционально окрашенные шкалы являются наиболее актуальными и информативными. Постижение таких духовных фе-

номенов, как искусство и религия происходит через процессы эстетического и религиозного восприятия. Эстетическое восприятие является объективно-ассоциативным, поскольку оно идёт от внешнего визуального образа к анализу его содержания через сложную цепь ассоциативного поля. Именно такой тип восприятия доминирует в ответах наших респондентов.

Содержательный анализ ассоциаций женщин, показал, что они отличаются большим разнообразием по сравнению с ассоциациями мужчин, они содержат большее количество слов и более подробные, красноречивые описания. Мужские ассоциации в основном однословны или предельно лаконичны. К таким же выводам привели исследования А.О. Прохорова, изучавшего гендерные характеристики семантических пространств психических состояний [10, с. 183-188]. Таким образом, можно констатировать схожесть особенностей ассоциативного восприятия мужчинами и женщинами как внешних визуальных стимулов (на примере изразцов), так и внутренних переживаний человека (на примере психических состояний).

Первичные ассоциации у респондентов разного возраста при восприятии фотоизображений изразцов

Далее мы проанализировали возрастные различия в восприятии архитектурных изразцов древнерусских храмов у молодёжи и представителей старшего поколения. Для этого выборка была разделена на две группы: первая группа включала 166 человек в возрасте поздней юности и ранней зрелости (молодости) от 18 до 30 лет, вторая группа состояла из 194 человек в возрасте средней и поздней зрелости (пожилых) от 31 до 67 лет.

Категориальный анализ восприятия визуальных стимулов согласно таблице 3 показал, что максимальное количество опрошенных двух возрастных групп по московскому изразцу высказали ассоциации, относящиеся к категории «конкретные»: 70,5% молодёжи и 59,3% респондентов зрелого возраста (1 ранг). Среди наиболее часто встречающихся ассоциаций этой категории по московскому изразцу отмечаются следующие: «цветок» 15/28, «узор» 8/11, «птицы» 9/6, «фонтан» 5/7, «небо» 5/4 (первая цифра обозначает коли-

чество ассоциаций у молодёжи, вторая - у зрелых респондентов). В отличие от них, по псковскому изразцу 1 ранг получила категория абстрактных ассоциаций: «древность» 14/9, «миф» 6/10, «история» 6/3 и другие, которые назвали 51,2% и 37,1% опрошенных.

Таблица 3.

**Категориальный анализ ассоциаций на визуальные стимулы
у респондентов разного возраста**

Категории ассоциаций	Молодое поколение (18-30 лет)		Старшее поколение (31-67 лет)	
	Московский изразец	Псковский изразец	Московский изразец	Псковский изразец
конкретные	70,5	34,3	59,3	22,7
абстрактные	6,6	11,4	9,3	12,9
философско-психологические	31,9	51,2	31,4	37,1
сюжетные	3,6	8,4	2,6	3,1
религиозно-символические	11,4	7,8	3,6	6,7
аллегорико-метафорические	21,7	24,7	16,5	24,2

Второй ранг по частоте упоминания по московскому изразцу у обеих возрастных групп заняли ассоциации из категории абстрактных, их назвали 31,9% молодёжи и 31,4% зрелых респондентов. Самым часто употребляемым среди них оказался термин «красота» («красивый», «красиво») 6/21. По псковскому изразцу 2 ранг различается: у молодёжи это конкретные ассоциации (34,3%), связанные с персонажами, изображёнными на изразце, такими как «животные» 24/12, «люди» 5/5, «рисунки» 5/5, «птицы» 4/5, «китоврас» 5/2. У зрелых респондентов (24,2%) на втором месте философско-психологические ассоциации: «страшно» 8/4, «смерть» 8/4, «жизнь» 7/3 и др.

Третий ранг у обеих возрастных групп по московскому изразцу и у молодёжи по псковскому изразцу занимают философско-психологические ассоциации, а у зрелых респондентов - конкретные ассоциации. Далее, 4-й ранг получила категория сюжетных ассоциаций у обеих групп по псковскому изразцу и у зрелых респондентов по московскому. Наконец, минимальное количество испытуемых всех

возрастов продуцировали аллегорико-метафорические и религиозно-символические ассоциации, которые относятся к 5 и 6 рангам. Таким образом, категориальный анализ показал, что подавляющее большинство опрошенных от 18 до 67 лет на оба визуальных стимула назвали конкретные, абстрактные и философско-психологические ассоциации.

Результаты анализа с помощью углового преобразования Фишера позволили выявить межпоколенные различия в восприятии московского изразца в отношении конкретных ($\phi^*=1,662$, $p<0.05$) и религиозно-символических ассоциаций ($\phi^*=2,171$, $p<0.05$). По псковскому изразцу значимые межпоколенные различия проявились только в отношении конкретных ассоциаций ($\phi^*=1,824$, $p<0.05$).

Содержательный качественный анализ данных показал, что по своему содержанию образ московского изразца в основном ассоциируется у представителей старшего поколения с красивой, цветной, сказочной стороной жизни, с культурой и искусством, а у молодёжи – с природными мотивами, древней историей, религией, творчеством. Сюжетное изображение мифических персонажей псковского изразца вызывает у зрителей представления, связанные с культурно-историческими и религиозными образами таинственного средневековья у молодёжи и философскими образами у зрелых респондентов.

Однако следует отметить, что не всем респондентам удалось зафиксировать какие-либо ассоциативные образы при визуализации изразцов. Московский изразец не вызвал ассоциаций у 30,1% респондентов 18-30 лет и у 10,3% опрошенных 31-67 лет, псковский изразец – соответственно у 41,0% и 12,9%. Здесь хорошо заметны возрастные различия: архитектурные изразцы средневековых храмов получили наибольшее количество ассоциативного отклика у представителей старшего поколения и вызвали затруднения в продуцировании ассоциаций у молодёжи. Возможно, это связано со сферой актуальных интересов зрителей, их опытом или с другими факторами, и это уже тема дальнейших исследований.

Сравнительный анализ показал, что наибольшее количество респондентов при восприятии изразцов средневековых храмов соз-

давали конкретные, абстрактные и философско-психологические категории ассоциаций, а минимальное количество ассоциаций относится к сюжетным, аллегорико-метафорическим и религиозно-символическим категориям как у молодёжи, так и у представителей зрелого возраста.

Заключение

1. Анализ первичных ассоциаций при визуальном восприятии нашими современниками фотографий архитектурных изразцов древнерусских храмов позволил выявить **семантическое ядро**, включающее наиболее часто повторяющиеся ассоциации (по изразцу Московского Кремля: «цветы», «красота», «орнамент» «узор»; по изразцу псковского храма Георгия со Возова: «животные», «древность», «миф»); **околоядерные пояса** семантических пространств, включающие среднечастотные и низкочастотные ассоциации (по московскому изразцу: «птица», «рост», «растение», «растительный», «фонтан», «расцвет», «цветение», «природа», «небо», «жизнь» и др., по псковскому изразцу: «страх», «смерть», «жизнь», «люди», «рисунки», «история» и др.), а также наиболее многочисленную группу единичных ассоциаций, составляющих периферию семантического поля.

2. Анализ ассоциативных полей, возникающих при восприятии респондентами двух разных изразцовых образов, показал, что, несмотря на различия в их сюжете, форме и колористике, наряду со специфическими были выявлены и **одинаковые ассоциации**, в которых нашла отражение сущностная характеристика восприятия современниками архитектурных изразцов древнерусских храмов, являющаяся отражением коллективного сознания и социокультурного опыта респондентов: «птица», «жизнь», «природа», «религия», «старинный».

3. Качественно-количественный анализ всего массива первичных ассоциаций при восприятии нашими современниками визуального стимула на примере фотоизображений архитектурных изразцов древнерусских храмов позволил классифицировать наиболее часто

встречающиеся **категории ассоциаций** и составить их иерархию по убыванию рангов: конкретные, абстрактные, философско-психологические, сюжетные, религиозно-символические и аллегорико-метафорические. Сравнительный анализ показал, что последовательность рангов в распределении выделенных категорий ассоциаций, связанных с восприятием архитектурных изразцов, оказалась одинаковой у мужчин и женщин.

4. Обнаружены **гендерные различия восприятия** визуальных стимулов на примере фотоизображений архитектурных изразцов древнерусских храмов:

- у женщин визуальные стимулы вызвали большее количество ассоциаций по сравнению с мужчинами по всем категориям, то есть образы храмовых изразцов сильнее активизировали женское воображение;

- обнаружены значимые гендерные различия по философско-психологическим, религиозно-символическим и аллегорико-метафорическим ассоциациям, возникающим при восприятии московского изразца и по аллегорико-метафорическим ассоциациям при восприятии псковского изразца, данные категории ассоциаций чаще встречаются у женщин, чем у мужчин;

- женские ассоциации отличались большим разнообразием по сравнению с ассоциациями мужчин;

- женские ассоциации более многословны, красноречивы и образны, мужские ассоциации предельно лаконичны,

- женщины демонстрировали большее сходство ассоциаций на конкретный изразец по сравнению с мужчинами;

- образы храмовых изразцов вызвали больший эмоциональный отклик у женщин, чем у мужчин, что выразилось в количестве эмоционально-оценочных ассоциаций.

5. Выявлены **возрастные особенности** восприятия фотоизображений храмовых изразцов:

- наибольшее количество реципиентов независимо от возраста при восприятии изразцов продуцировали конкретные, абстрактные и философско-психологические ассоциации и в меньшей степени -

сюжетные, аллегорико-метафорические и религиозно-символические ассоциации;

- выявлены значимые возрастные различия по конкретным и религиозно-символическим ассоциациям, возникающим при восприятии московского изразца и по конкретным ассоциациям при восприятии псковского изразца, которые чаще встречаются у молодёжи, чем у представителей старшего поколения;

- возрастные различия проявились в содержательном наполнении ассоциативного поля, а именно: образ московского изразца ассоциировался у представителей старшего поколения с красотой жизни, с культурой и искусством, а у молодёжи – с природными мотивами, древней историей, религией, творчеством; образ псковского вызвал ассоциации, связанные с военно-историческими и религиозными образами у молодёжи и культурно-философскими образами - у зрелых респондентов;

- у подавляющего большинства представителей старшего поколения архитектурные изразцы средневековых храмов получили ассоциативный отклик, тогда как у трети молодёжной выборки эти образы не вызвали ассоциаций.

Ассоциативный эксперимент позволил выявить социально-культурный компонент знания о том, как именно воспринимают и осмысливают наши современники в XXI в. информацию, заложенную в изображениях изразцов средневековых храмов. Сравнительный анализ помог установить поло-возрастные особенности ассоциативного восприятия респондентами элементов традиционной культуры, инвариантность личностных и социальных смыслов.

Использование результатов данного исследования может быть полезно специалистам по психологии города, рекламе и дизайну при планировании элементов комфортных городских пространств и архитектурных сооружений с изразцами; специалистам IT-технологий, туристским и религиозным организациям для понимания и учета в своей деятельности особенностей визуального восприятия и влияния сюжетов изразцов на ассоциативное поле реципиентов различных поло-возрастных групп. Направления будущих исследований

могут быть связаны с изучением социально-психологических, этнических, профессиональных особенностей и стереотипов восприятия как индикаторов социально-духовной и культурной ментальности разных слоев общества.

Статья подготовлена в соавторстве участником Программы стажировок работников и аспирантов российских вузов и научных организаций в НИУ ВШЭ на базе Центра социокультурных исследований НИУ ВШЭ на основе данных, полученных в период стажировки.

Список литературы

1. Амиржанова А.Ш. Особенности эстетического восприятия у студентов на занятиях по декоративно-прикладному искусству // Омский научный вестник. 2009. № 3. С. 198-201.
2. Артемьева Е.Ю. Психология субъективной семантики. М.: Изд-во Московского ун-та, 1980. 128 с.
3. Богомаз С.А., Литвина С.А., Четошникова Е.В. Субъективная оценка городской среды вузовской молодежью Томска и Барнаула // Сибирский психологический журнал. 2013. № 49. С. 102-112.
4. Вырва А.Ю., Леонтьев Д.А. Возможности субъективно-семантических методов в исследовании восприятия архитектуры // Культурно-историческая психология. 2015. Т. 11. № 4. С. 96-111. <https://doi.org/10.17759/chp.2015110409>
5. Габидулина С.Э. Психология городской среды. М.: Смысл, 2012. 151 с.
6. Журавлева А.А. Искусство и психология восприятия в контексте современной керамики Японии послевоенного периода // Искусство и образование 2010. № 1 (63). С. 98-102.
7. Киселева Н.А., Галяпина В.Н. Роль психических состояний в психосемантической оценке визуальных стимулов // Russian Journal of Education and Psychology. 2021. Т. 12. № 6. С. 201-219. <https://doi.org/10.12731/2658-4034-2021-12-6-201-219>
8. Киселева Н.А., Галяпина В.Н. Взаимосвязь индивидуальных особенностей и психосемантической оценки изображений архитектурных

- храмовых изразцов // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2022. Т. 19. № 4. С. 784–804. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2022-4-784-804>
9. Лобанова Т.А. Семантика русского изразцового искусства: Автореф. дис. ...канд. культурол. наук. М., 2012. 22 с.
 10. Прохоров А.О. Семантические пространства психических состояний. Дубна: Феникс+, 2005. 278 с.
 11. Ben J. Placing pottery: an actor-led approach to the use and perception of medieval pottery in Southampton and its region cAD700-1400. University of Southampton, Faculty of Humanities, Doctoral Thesis. 2011.
 12. Cheung M.-C., Law D., Yip J., Wong C.W.Y. Emotional Responses to Visual Art and Commercial Stimuli: Implications for Creativity and Aesthetics. *Frontiers in Psychology*, 10. 2019.
 13. Petrenko V.F., Korotchenko E.A. Metaphor as a basic mechanism of art (painting) Psychology in Russia: State of the Art. 2012. P. 531-556.
 14. Phillips B. The Shifting Border Between Perception and Cognition // *Nous*. 2019. Vol. 53. 2. P. 316–346.
 15. Thompson E. *Mind in Life. Biology, Phenomenology, and the Sciences of Mind*. Cambridge MA, 2007.

References

1. Amirzhanova A.Sh. Features of aesthetic perception among students in arts and crafts classes. *Omsk Scientific Bulletin*, 2009, vol. 3, pp. 198-201.
2. Artemyeva E.Yu. *Psychology of subjective semantics*. Moscow, 1980.
3. Bogomaz S.A., Litvina S.A., Chetoshnikova E.V. Subjective assessment of the urban environment by university youth of Tomsk and Barnaul. *Siberian Journal of Psychology*, 2013, vol. 49, pp. 102-112.
4. Vyrva A.Yu., Leontiev D.A. Possibilities of subjective-semantic methods in the study of the perception of architecture. *Cultural-historical psychology*, 2015, vol. 11(4), pp. 96-111. <https://doi.org/10.17759/chp.2015110409>
5. Gabidulina S.E. *Psychology of the urban environment*. Moscow, 2012, 151 p.

6. Zhuravleva A.A. Art and Psychology of Perception in the Context of Contemporary Japanese Ceramics of the Post-War Period. *Art and education*, 2010, no. 1(63). P. 98-102.
7. Kiseleva N.A., Galyapina V.N. The role of mental states in the psychosemantic evaluation of visual stimuli. *Russian Journal of Education and Psychology*, 2021, vol. 12(6). pp. 201-219. <https://doi.org/10.12731/2658-4034-2021-12-6-201-219>
8. Kiseleva N.A., Galyapina V.N. The relationship of individual values and psychosemantic evaluation of architectural temple tiles. *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*, 2022, vol. 19(4), pp. 784-804. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2022-4-784-804>
9. Lobanova T.A. *Semantics of Russian tile art*. Avtoref. of Dissertation. Moscow. 2012.
10. Prokhorov A.O. *Semantic spaces of mental states*. Dubna, 2005, 278 p.
11. Ben J. Placing pottery: an actor-led approach to the use and perception of medieval pottery in Southampton and its region cAD700-1400. University of Southampton, Faculty of Humanities, 2011. Doctoral Thesis.
12. Cheung M.-C., Law D., Yip J., Wong C.W.Y. Emotional Responses to Visual Art and Commercial Stimuli: Implications for Creativity and Aesthetics. 2019. *Frontiers in Psychology*, 10.
13. Petrenko V.F., Korotchenko E.A. *Metaphor as a basic mechanism of art (painting) Psychology in Russia: State of the Art*, 2012, pp. 531-556.
14. Phillips B. The Shifting Border Between Perception and Cognition. *Nous*, 2019, vol. 53(2), pp. 316–346.
15. Thompson E. *Mind in Life. Biology, Phenomenology and the Sciences of Mind*. Cambridge MA, 2007.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Киселева Надежда Анатольевна, кандидат психологических наук,
доцент кафедры психологии и сопровождения развития ребенка
Псковский государственный университет
пл. Ленина, 2, г. Псков, 180000, Российская Федерация
kiselevana@yandex.ru

Галяпина Виктория Николаевна, доктор психологических наук,
профессор, главный научный сотрудник Центра социокультурных исследований
Высшая школа экономики
ул. Мясницкая, 20, г. Москва, 101000, Российская Федерация
vgalyapina@hse.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Nadezhda A. Kiseleva, PhD in Psychology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Psychology and Child Development Support
Pskov State University
2, Lenin Sq., Pskov, 180000, Russian Federation
kiselevana@yandex.ru
ResearcherID: ABF-4101-2021
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4343-3530>
Scopus Author ID: 56103766800
kiselevana@yandex.ru

Victoria N. Galyapina, Doctor of Sciences, Professor of Faculty of Social Sciences, Chief Research Fellow of Centre for Sociocultural Research
Higher School of Economics
20 Myasnitskaya Str., Moscow, 101000, Russian Federation
vgalyapina@hse.ru
SPIN-code: 2391-7845
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3885-1455>
ResearcherID: H-5137-2015
Scopus AuthorID: 50861052300

Поступила 02.11.2024
После рецензирования 10.11.2024
Принята 21.11.2024

Received 02.11.2024
Revised 10.11.2024
Accepted 21.11.2024