

Психологические науки

<https://www.doi.org/10.33910/1992-6464-2022-204-115-128>

О. А. Капцевич

СЕМАНТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОСПРИЯТИЯ ОБЪЕКТОВ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ ПО ДАННЫМ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

Проведено сравнительное исследование особенностей смысловой наполненности образов восприятия жилых домов различными группами горожан. В выборку вошли 100 жителей Владивостока. Использована техника группового ассоциативного эксперимента, стимульным материалом послужили фотографии жилых домов, наиболее часто встречающихся в городе. В ходе контент-анализа выявлены восемь смысловых категорий восприятия. Обнаружены межгрупповые различия: более молодая часть выборки чаще давала ассоциации категорий «эстетика», «личный опыт и эмоции»; пожилая — стереотипные реакции. Обнаружена обратная связь возраста с выраженностью эмоционально-оценочного восприятия объектов. Выявлены три «типа» восприятия: «оценочный», «рефлексирующий» и «констатирующий», что находит согласие с существующими исследованиями.

Ключевые слова: психология окружающей среды, восприятие городской среды, урбанистика, ассоциативный эксперимент, психосемантика

О. Kapitsevich

SEMANTIC ASPECTS OF URBAN OBJECTS PERCEPTION: EVIDENCE FROM THE ASSOCIATIVE EXPERIMENT

The paper reports the results of the comparative study of residential buildings perception by three groups of citizens. In particular, it explores semantic differences in perception. The sample included 100 residents of Vladivostok, Russia. The methodology included an associative group experiment with photos of residential buildings most often found in the city used as the stimuli. Content analysis revealed eight semantic categories of perception. The study identified intergroup differences: associations with such categories as “aesthetics”, “personal experience and emotions” were more common for younger participants; the reactions of the elderly sample were more stereotypical. The study found an inverse relationship between age and emotional and evaluative perception. In line with the existing studies, the research identified three types of perception: evaluative, reflective, and ascertaining.

Keywords: environmental psychology, urban environment perception, urbanism, associative experiment, psychosemantics

Городское окружение является наиболее типичным контекстом жизни современных людей: более 55% населения всей планеты проживает в городах [31], а в России эта цифра достигает 75% [12]. Согласно суще-

ствующим прогнозам, количество жителей городов будет продолжать расти [31]. При этом городское окружение заметно отличается от природного, эволюционно более «природного» для человека, и закономерно пред-

положить, что постоянное взаимодействие со специфической средой города способно влиять на психическое функционирование и поведение человека, вносить вклад в формирование его личности. Данное предположение активно разрабатывается в современной *психологии окружающей среды* и привлекает все больший исследовательский интерес, поскольку выявление психологических эффектов взаимодействия с определенными аспектами городского окружения необходимо для улучшения качеств городской среды и, следовательно, качества жизни большого количества ее обитателей.

На сегодняшний день накоплено большое количество фактов, свидетельствующих о том, что взаимодействие со средой города может влиять на эмоциональные состояния [20; 21; 28] и реакции [15; 24] человека, на его когнитивные функции [23; 26], личностные [23; 30] и социально-психологические особенности [9], здоровье [22; 29] и т. д. Безусловно, подобные эффекты обусловлены всей совокупностью аспектов взаимодействия человека со средой города в процессе деятельности, однако исследования нередко подчеркивают особую роль такого аспекта данного взаимодействия, как *восприятие*. В ряде работ показано, что одного лишь визуального восприятия той или иной видимой среды может быть достаточно для возникновения значимых эффектов в эмоциональной, когнитивной и других сферах психики и деятельности субъекта [16; 23; 26; 28]. Подобные факты выявляют значительный потенциал исследования восприятия (в первую очередь, визуального) как одного из важнейших психологических факторов, опосредствующих влияние среды города на человека.

Важнейшая роль восприятия в структуре взаимодействия «человек-среда» обусловлена, в том числе, «встроенностью» данного психического процесса в формирование личности: именно посредством восприятия объекты окружающего мира попадают в память, становятся содержанием мышления, вызы-

вают эмоциональные переживания и т. д., в итоге становясь теми «элементами», из которых формируется содержание психического конкретного человека. Без участия восприятия взаимодействие со средой едва ли возможно. Неслучайно данный психический процесс и его результат — «образ восприятия» — часто становятся объектом исследования в психологии окружающей среды.

Важно подчеркнуть, что восприятие далеко не ограничивается простым отражением объективной реальности: в нем «отражается вся многообразная жизнь личности — ее установки, интересы, общая направленность и прошлый опыт...» [10, с. 255]. Широкая трактовка восприятия, включающая его смысловые характеристики, получила развитие в отечественной психологии. А. Н. Леонтьев полагал, что предметный мир воспринимается человеком «не только в его пространственных измерениях и во времени, но и в его значении» [7, с. 253]. Согласно трехчастной модели сознания А. Н. Леонтьева, образ восприятия может быть рассмотрен в единстве трех составляющих. Первая — «чувственная ткань» — представляет собой модально-специфический «материал, из которого строится перцептивный образ» [2, с. 7], вторую составляющую образует система значений — «познанных объективных связей предметного мира», выработанных общественной практикой [7, с. 254], третью — личностный смысл как индивидуальное психологическое содержание образа. Личностный смысл понимается Д. А. Леонтьевым как «...составляющая образов восприятия... объектов и явлений, отражающая их жизненный смысл для субъекта и презентующая его субъекту посредством эмоциональной окраски образов...» [8, с. 181].

Итак, образ восприятия включает в себя как конкретно-чувственное, модально-специфическое содержание, имеющее объективный «аналог» в предметном мире («чувственная ткань»), так и амодальные структуры, вмещающие «невидимые» качества — присутствующие не в предметном мире как

таковом, но в психике воспринимающего субъекта, в его «образе мира». Данные «сверхчувственные» «слои» образа вмещают как социокультурно-, так и личностно-обусловленное содержание (значения и смыслы, соответственно).

Смысловая составляющая образа восприятия играет важнейшую роль в эмоциональном реагировании субъекта, вносит существенный вклад в возникновение психологических эффектов взаимодействия человека с воспринимаемой средой. В существующих исследованиях акцентируются самые разнообразные содержательные элементы в смысловой наполненности образа города и его составляющих: оценочные, ценностные, аффективные [3] и т. д.

В силу объективной ненаблюдаемости и, зачастую, малой осознанности смыслового пласта восприятия, его исследование связано с рядом методологических затруднений, обуславливающих необходимость использования скорее косвенных психодиагностических техник, например, проективных, психосемантических и т. д. Одной из широко используемых является техника ассоциативного эксперимента, позволяющая приблизиться к пониманию смысловой наполненности образа восприятия путем объективации скрытой (в том числе от самого испытуемого) психологической реальности через свободные ассоциации.

В рамках настоящей работы использована техника группового ассоциативного эксперимента [11], имеющая скорее не идиографическую направленность (как ее индивидуальный вариант), но позволяющая обнаруживать универсальные смысловые аспекты восприятия той или иной предметной реальности разными испытуемыми и группами испытуемых, а также проводить межгрупповые сравнения.

Именно сравнительный подход представляется наиболее оправданным в рамках изучения восприятия таких объектов «общего пользования», какими являются элементы городской среды. Образы восприятия кон-

кретной предметной реальности города существенно различаются у разных людей и групп, в том числе, в силу «различия индивидуальных образов жизни (личностных, профессиональных, возрастных, ... бытовых и пр.)» [12, с. 13]. Следовательно, сравнительный анализ групповых образов одного и того же объекта может дать принципиально более полную информацию, чем изучение только его (объекта) совокупного, «усредненного» образа.

Цель настоящего исследования — выявление особенностей смыслового содержания образов восприятия объектов городской среды — жилых домов. Жилые дома взяты в качестве объектов, поскольку исследование ориентировано на выявление характеристик скорее типичного смыслового «фона» восприятия, так или иначе присутствующего в повседневной жизни горожан (в противоположность экстраординарному, нетривиальному опыту восприятия). Именно жилые дома являются наиболее вероятно представленными в повседневной жизни респондентов элементами видимой среды города. Важность изучения семантики подобных объектов обусловлена их особой ролью в жизни человека: «Жизненная значимость тех или иных мест для большинства людей является стержнем, на который нанизываются все остальные характеристики среды» [4, с. 237]. Задачи исследования: выявление семантических категорий восприятия жилых домов с помощью ассоциативного эксперимента; проведение сравнительного анализа восприятия жилых домов различными возрастными группами населения.

Метод

Стимульным материалом исследования послужили 10 черно-белых фотографий жилых домов Владивостока (рис. 1), сделанных автором и уравниваемых по основным параметрам (цвет, перспектива, уровень обзора, отсутствие людей и животных в кадре и т. д.). Изображения представляют 5 категорий построек данного типа: малоэтажные



Рис. 1. Стимульный материал исследования

старые, малоэтажные старинные («исторические»), пятиэтажные «хрущевки», девятиэтажные и высотные (свыше 20-ти этажей) дома.

В выборку вошли 100 респондентов в возрасте от 18 до 79 лет ($M = 38$, $SD = 20$; 66% женщин) — жителей города Владивостока, поделенных, исходя из возраста и ведущего вида деятельности, на три группы: «студенты» (30 человек), «взрослые» (42 человека) и «пожилые» (28 человек).

Испытуемым было предложено, во-первых, расположить фотографии в порядке убывания предпочтения, во-вторых, — дать «для каждого дома несколько ассоциаций (любых слов, которые приходят на ум)», записывая «первое, что придет в голову, не задумываясь надолго». Максимальное количество ассоциаций и время работы не ограничивалось.

Обработка результатов ассоциативного эксперимента проводилась с помощью контент-анализа; математико-статистический

анализ включал применение следующих методов: непараметрический однофакторный дисперсионный анализ с помощью критерия Н Краскала — Уоллиса с апостериорными попарными сравнениями по критерию U Манна — Уитни; категориальный метод главных компонент (Categorical principal components analysis, CatPCA) [6], корреляционный анализ с использованием коэффициента ранговой корреляции ρ Спирмена. Расчеты производились в пакете IBM SPSS Statistics 26.

Результаты

1. Контент-анализ данных ассоциативного эксперимента: выявление категорий восприятия

В результате ассоциативного эксперимента для десяти объектов-стимулов было получено всего 2904 слова-ассоциации; на первом этапе обработки выявлялись категории, в которые они могут быть организованы. Для этого проведено контент-аналитическое

исследование, в котором участвовали только ассоциации, повторяющиеся минимум дважды у разных испытуемых в выборке. Данный подход к анализу данных ассоциативного эксперимента [14] основан на представлении о том, что «вероятность случайного совпадения ассоциаций у двух, трех и более испытуемых пренебрежимо мала» [10, с. 247]. Всего 1970 слов (71% от первоначального

набора) повторялись минимум дважды у разных испытуемых. На данном материале далее проведено контент-аналитическое исследование. В результате выделены 8 категорий, в том числе три биполярные — распадающиеся на парные по принципу «положительное — отрицательное». Полученные категории и наиболее частотные единицы представлены в таблице 1.

Таблица 1

Категории контент-анализа данных ассоциативного эксперимента

Категории (количество единиц)		Включенные единицы (процент от количества респондентов)
«Внешний план и локация» (383)		высокий/высотный/высота (45), стекла/застекленный/остекленный (27), балкон(чик) (21), машины (18), центр(альный) (17), панельный/панели (16), город (15), кирпич(ный) (10), двор(ик) (10), окна/окно (9), подъезд(ы) (7)
«Стереотипы и обычность» (377)		дом(ик) (77), хрущ(евка) (42), свечка/свеча (29), обычно/обычный (27), здание (26), высотка (24), панелька (8), короб(очк)ка (23), новострой(ка) (19), муравейник (12), небоскреб (10)
«Внутренний план и население» (149)		семья/семейный (13), люди/(много)людный (13), офис(ное) (10), квартира (9), жилой/жилье (9), соседи (9), бабушка/бабушки (8), высокие потолки (6), кухня (6), быт(овуха) (6) планировка (5), дети (5)
«Временная отнесенность, история» (148)		история/исторический (35), старина/старинный (22), СССР (12), советский (12), прошлое/прошлый (8), век (5), время/времена (5)
«Эмоции и личный опыт» (109)		скука/скучный/скучно(вато) (19), спокойный/спокойствие (11), уныние (11), грусть/грустно (8), одинокий/одиночество (6), стабильность (6), детство (6), страх/страшн(оват)ый/устрашающий (5)
«Благоустройство» (480)	Положительно (166)	современный/современность (37), новый/новизна (31), аккуратный (20), уют(ный) (11), чистый/чистенький (10)
	Отрицательно (314)	старый/старость/стареющий/старенький/старье (115), ремонт/необходимость ремонта (22), ветхий/ветхость (15), неухоженный (13), холод(но) (13)
«Эстетика» (175)	Положительно (135)	красивый/красиво/красота (42), архитектура/архитектор (20), классика/классический (12), стиль (8), культура/культурный (8)
	Отрицательно (40)	некрасивый/некрасиво (7), урод(ство)/уродливый (6), убогий/убожество (5), непривлекательный (5)
«Оценка» (149)	Положительно (61)	свет(ло)/светлый (18), хорош(еньк)ий (9), приятный (9), интересный (8), симпатичный (5)
	Отрицательно (88)	серый/серая/серость (22), ужас(но) (11), бедность/бедный/бедненький (10), неинтересный (7), мрак/мрачный/мрачность (6)

Наиболее частотная категория, следовательно, наиболее весомая характеристика восприятия объектов респондентами, — «благоустройство». Наименее встречающаяся — «эмоции и личный опыт».

Наибольшую частотность категории «благоустройство» можно объяснить тем, что смысл дома как жилого объекта, вероятно, связан у респондентов, прежде всего, с удовлетворением потребностей в безопасности, комфорте. Именно такие характеристики содержатся в данной категории, и ее частая встречаемость может говорить об актуализированности данных потребностей, выражать некоторый основополагающий смысл, наполняющий восприятие объектов городской среды типа «дом».

Следующими по частоте встречаемости оказались внешние описания (категория «внешний план и локация») и стереотипизированные названия-«ярлыки» в совокупности с указаниями на тривиальность, обычность (категория «стереотипы и обычность»). Данные категории отражают ситуацию, когда испытуемый буквально «описывает» то, что он видит на изображении (например, «высокий», «девятиэтажный»), либо дает очевидное, обиходное название (например, «дом», «хрущевка», «свечка»).

В число вероятных причин появления таких поверхностно-описательных и стереотипизированных категорий может входить неосознанность большинства впечатлений от воспринимаемого объекта, затруднительность более абстрагированного ассоциирования, незаинтересованность и незначимость данного стимула. Закономерно данные категории оказались наиболее многочисленными. Их можно рассматривать, с одной стороны, как «шум» (в котором, однако, заметны сходства у разных респондентов), с другой — как показатель не особой значимости данного объекта, либо неотрефлексированности опыта, связанного с ним.

Наименьшей частотностью характеризуется категория «эмоции и личный опыт». В нее вошли наиболее субъективные единицы, отражающие именно «личностный смысл

восприятия», который закономерно реже дословно совпадает у разных респондентов. Однако качественный состав категории отражает некоторые чувства, переживания и личный опыт, созвучный у испытуемых и имеющий скорее негативную аффективную окраску (слова «грустно», «одинок», «скучно»). Таким образом, можно полагать, что объекты определенного типа способны вызывать определенный, совпадающий эмоциональный отклик у горожан.

В биполярных категориях «благоустройство» и «оценка» негативные ассоциации преобладают над позитивными; в категории «эстетика» преобладают положительные. Можно предположить, что образ, воспринимаемый через категорию «эстетическое-неэстетическое» имеет чаще всего положительную окраску, в то время как восприятие объекта через «призму» категорий «благоустроенное-неблагоустроенное» и «хорошее-плохое» скорее соотнесено с отрицательной окрашенностью. Для более детальной проверки такого предположения требуются более тщательные дальнейшие исследования.

2. Сравнительный анализ групповых различий

Было проведено сравнение частотности полученных категорий у разных групп респондентов. В таблице 2 представлено количество ассоциаций каждой категории для каждой из групп (в скобках указаны относительные доли, полученные путем уравнивания количества ассоциаций по количеству респондентов в каждой группе).

Для исследования различий в представленности каждой категории в ответах трех групп испытуемых использовался критерий Н Краскала — Уоллиса. Обнаружены статистически значимые различия по следующим категориям (их названия выделены жирным в таблице 2): «стереотипы и обычность» ($p = 0,007$), совокупная категория «эстетика» ($p = 0,008$), «эмоции и личный опыт» ($p = 0,015$), «благоустройство (положительно)» ($p = 0,017$).

Таблица 2

Распределение категорий контент-анализа по группам респондентов

Категории (количество единиц)		Группы респондентов		
		«Студенты»	«Взрослые»	«Пожилые»
«Внешний план и локация»		114 (3,8)	195 (4,6)	74 (2,6)
«Стереотипы и обычность»**		94 (3,1)	132 (3,1)	151 (5,4)
«Внутренний план и население»		40 (1,3)	71 (1,7)	38 (1,3)
«Временная отнесенность, история»		47 (1,6)	64 (1,5)	37 (1,3)
«Эмоции и личный опыт»*		43 (1,4)	53 (1,3)	13 (0,5)
«Благоустройство»	Положительно*	71 (2,4)	53 (1,3)	42 (1,5)
	Отрицательно	99 (3,3)	136 (3,2)	79 (2,8)
«Эстетика»**	Положительно	55 (1,8)	58 (1,4)	22 (0,8)
	Отрицательно	23 (0,8)	9 (0,2)	8 (0,3)
«Оценка»	Положительно	22 (0,7)	22 (0,5)	17 (0,6)
	Отрицательно	36 (1,2)	35 (0,8)	17 (0,6)

Апостериорные попарные сравнения по критерию U Манна — Уитни показали следующие различия (в таблице 2 значимо большие значения группы по категории выделены жирным, значимо меньшие — курсивом):

- ассоциации категории «стереотипы и обычность» использовались в группе «пожилых» респондентов чаще, чем у «взрослых» ($U = -20,810$; $p = 0,009$) и «студентов» ($U = -18,962$; $p = 0,036$);
- ассоциации совокупной категории «эстетика», использованы «студентами» чаще, чем «пожилыми» ($U = 21,900$; $p = 0,009$) и «взрослыми» ($U = 16,114$; $p = 0,050$) респондентами;
- ассоциации категории «эмоции и личный опыт» у группы «студентов» встречаются чаще, чем у «пожилых» ($U = 20,144$; $p = 0,015$);
- ассоциации категории «благоустройство (положительно)» встречаются

у «студентов» чаще, чем у «взрослых» ($U = 18,824$; $p = 0,016$).

Наиболее контрастными выглядят группы «студентов» и «пожилых» респондентов: первые более ориентированы на эстетику и подчеркивание положительного благоустройства, вторые больше оперируют стереотипными описателями, их ассоциации реже обращены к эмоциям и личному опыту. Можно предполагать сравнительно более выраженную «оптимистичность» восприятия «студентов», их ориентированность на эстетические качества объектов. «Пожилая» группа выглядит малоинтересованной, отстраненной, возможно, испытывающей трудности с ассоциативным экспериментом. Группа «взрослых» находится в «промежуточном» положении: их ответы не столь насыщены стереотипами, как у «пожилых», но и не настолько выражают эстетику и «хорошесть» благоустройства, как у «студентов».

3. Анализ структуры категорий

Для выявления более общей латентной структуры категорий, полученных в ходе контент-анализа, был использован категориальный метод главных компонент (CatPCA) — процедура, являющаяся аналогом факторного анализа методом главных компонент, применимая для неметрических данных [6]. Биполярные категории были взяты в анализ в совокупном виде (как более наполненные).

Наиболее подходящим оказалось трехкомпонентное решение (суммарный процент дисперсии = 59,4, Альфа Кронбаха = 0,902). Нагрузки компонент представлены в таблице 3 (курсивом выделены наименьшие нагрузки по измерению, жирным — наибольшие).

Все три категории с максимальными значениями по **первому измерению** — биполярные, следовательно, оценивающие (наличие «положительного» и «отрицательного» полюса свидетельствует об их оценивающей природе). Наименьшая нагрузка — у категории «стереотипы и обычность», характеризующей, напротив, отстраненность, безоценочность, незаинтересованность. Можно обозначить данное измерение как **«оценочность»**.

По **второму измерению** максимальной нагрузкой обладает категория «эмоции и личный опыт», минимальной — снова сте-

реотипные описания. Можно полагать, что данное измерение характеризует личный опыт взаимодействия с объектами, а также представление себя внутри дома, вероятно, для понимания того, как бы респонденты ощущали себя там. Данная ось обозначена как **«рефлексия»**.

По **третьему измерению** наибольшие нагрузки имеют категории «внешний план и локация» и «стереотипы и обычность», минимальные — «эстетика» и «временная отнесенность, история». Вероятно, данное измерение отражает поверхностное, констатирующее описание, возможно незаинтересованное, фиксированное на внешних характеристиках и общих местах, без эстетических или исторических коннотаций. Такое «голое» видение объекта можно обозначить как **«констатирование»**.

Для анализа межгрупповых различий по полученным измерениям была проведена дополнительная статистическая обработка с помощью критерия Краскала — Уоллиса. Значимые различия выявлены только по измерению «оценочность» ($p = 0,010$): в группе «студентов» значения выше, чем у «пожилых» ($U = 22,908$; $p = 0,008$). Данная тенденция подтверждается и результатом корреляционного анализа: переменная «возраст» оказалась отрицательно связанной со значениями по первому измерению

Таблица 3

Нагрузки компонентов трехмерного решения по результатам CatPCA

Категории	Измерения		
	1	2	3
«Стереотипы и обычность»	-0,106	-0,711	0,502
«Внешний план и локация»	0,501	-0,133	0,656
«Эмоции и личный опыт»	0,542	0,543	-0,122
«Внутренний план и население»	0,428	0,385	0,484
«Временная отнесенность, история»	0,054	-0,535	-0,324
«Эстетика»	0,613	-0,330	-0,381
«Оценка»	0,763	-0,100	-0,195
«Благоустройство»	0,631	-0,253	-0,026

(ро Спирмена = - ,284; $p = 0,004$): чем старше респонденты, тем менее оценочно они воспринимают объекты, менее заинтересованы и эмоционально включены в их восприятие.

Обсуждение

В результате проведенного исследования выявлены смысловые категории, характеризующие наполненность образов восприятия объектов; обнаружены различия в представленности данных категорий у разных групп респондентов; выявлена латентная структура категорий восприятия.

Выявленные категории могут быть охарактеризованы как значимые аспекты восприятия объектов респондентами и, вероятно, представляют собой «арсенал» смыслов, используемых респондентами при восприятии исследованных жилых построек. Можно предположить, что полученный набор категорий отражает особенности «схемы», посредством которой респонденты воспринимают жилые дома. Центральным ее элементом оказалось «благоустройство»: данный смысл является преимущественным наполнением восприятия жилых домов респондентами, причем чаще встречается упоминание негативного полюса категории (неблагоустроенность).

Возможность выделения двух полюсов, положительного и отрицательного, в некоторых категориях («благоустройство», «эстетика» и «оценка») интерпретировано как проявление их оценочного характера. При этом 5 категорий из 8-ми оказались скорее безоценочными, нейтральными. Можно предполагать биполярность категории «эмоции и личный опыт», но ее малая численность не позволила провести такое разделение. В целом, содержательный анализ категорий позволяет говорить о существенной роли оценочного аспекта восприятия. Интересно отметить согласие данного вывода с имеющимися фактами [1; 25] (подробнее обсуждается ниже).

Следующие по частоте встречаемости категории (после «благоустройства») характеризуют поверхностный, описательный, стереотипизированный подход, что позволяет предполагать как малую заинтересованность респондентов, эмоциональную незначимость для них предъявленных стимулов, так и трудности с продуцированием ассоциаций. В результате довольно большой массив слов-реакций по определению трудно называть ассоциациями, поскольку испытуемые ограничивались констатирующим описанием внешнего вида здания либо его обозначением бытующими словами-ярлыками.

Данный результат может найти частичное объяснение в том факте, что в целом «повседневный образ города особенно труден для выявления, так как чаще всего не осмыслен и специально не закреплен» [4, с. 237]. Вероятно, данная тенденция проявилась в столь большой представленности стереотипных реакций, поскольку жилые дома, включенные в стимульный материал, представляют именно объекты повседневной жизни.

Далее следуют категории, представляющие большую «глубину семантизации» [1] (по сравнению с характеристиками благоустроенности или внешними описаниями), отражающие эстетическую направленность восприятия, описание внутреннего плана объектов, временные и исторические аспекты, оценку. Данные категории оказались умеренно выраженными, таким образом, более глубокие смысловые коннотации встречаются реже, чем характеристики благоустроенности и стереотипные описания.

Категория «эмоции и личный опыт» представлена сравнительно наименьшей частотой, что можно считать закономерным в силу неповторимости индивидуального опыта, отраженного в ней. Несмотря на это, в рамках данной категории обнаружены совпадения: схожие эмоциональные реакции, имеющие преимущественно негативную окраску.

Анализируя общий набор полученных категорий, можно предполагать, что распре-

деление их весов отражает именно тот факт, что дома жилые, и в восприятии респондентов их основной смысл заключается, вероятно, не в исторической значимости, не в эстетической ценности, а в функциональности. Можно предполагать, что благоустроенный жилой дом воспринимается как могущий обеспечивать должный уровень комфорта, удовлетворять потребности в безопасности, что перекликается с идеей функционализма.

Анализ межгрупповых различий позволил обнаружить неоднородность смысловых доминант восприятия у разных групп респондентов. Наиболее контрастными оказались группы «студентов» и «пожилых» респондентов: для первых более свойственно использовать категории эстетики и хорошего благоустройства, а также давать ассоциации, связанные с личным эмоциональным опытом; вторые использовали больше стереотипных и констатирующих слов, значимо меньше давали ассоциации, связанные с личным опытом и эмоциями. «Взрослые» респонденты не обнаружили особо существенных отличий, однако, они меньше, чем «студенты», используют категории положительного благоустройства и эстетического восприятия, с другой стороны, в их ответах меньше стереотипов, чем в группе «пожилых».

В соответствии с выявленными межгрупповыми различиями, можно охарактеризовать восприятие «студентов» как более эмоциональное и эстетически-ориентированное, «взрослых» — как скорее реалистичное и в меру заинтересованное, «пожилых» — как более равнодушное, незаинтересованное.

Выявление причин подобных особенностей представляется перспективным направлением дальнейших исследований. Можно предполагать, что «студентам» было легче давать ассоциации в силу (возможно) большей когнитивной гибкости, кроме того, жилые дома могли представлять для них потенциальный интерес, например, в силу нерешенности «квартирного вопроса», обуславливая эмоциональность восприятия,

в то время как «пожилые» респонденты такого живого участия закономерно проявить не смогли. Кроме того, продуцирование ассоциаций могло оказаться для них нетривиальной задачей. Полученные результаты можно объяснить и другими причинами, касающимися сдвига приоритетов при восприятии городской среды, в котором проявляются более глобальные ценностные сдвиги, фиксируемые кросс-культурными исследованиями [19]. Так, можно полагать большую важность «постматериалистических ценностей» (включающих, в том числе, эстетический подход [19] к восприятию) для «студентов», и большую склонность «пожилых» респондентов к восприятию в духе непредвзятого функционализма, так как именно на их век (вторая половина XX века) пришлось массовое жилищное строительство, связанное с острой потребностью в жилье [5]. Данное предположение требует дальнейших исследований.

Наконец, были проанализированы латентные основания восприятия — более глубокие, интегральные смысловые переменные, лежащие «под» выявленными категориями. Выявлены три «семантических структуры репрезентации» [11] исследованных жилых объектов, которые можно условно обозначить как «стратегии» или «типы» восприятия.

Первый «тип» — **оценивающий**, характеризуется небезразличием, заинтересованностью, стремлением давать оценку (положительную либо отрицательную) воспринимаемым объектам. Аффективно-оценочный аспект восприятия выявляется множеством исследований, и рассматривается порой как основополагающая тенденция при взаимодействии с различными объектами. Еще в работах Ч. Осгуда [27] «оценка» оказалась одним из базовых измерений семантического пространства. Принципиальная роль «эмоционально-оценочных свойств при описании и шкалировании форм» и других объектов также была показана в работах Е. Ю. Артемьевой и связана с первичным расцениванием воспринимаемого объекта

по принципу «хорош ли, не опасен ли?» [1]. Указания на первостепенную значимость оценки при восприятии объектов представлены и конкретно в исследованиях восприятия окружающей городской среды [25].

Второй «тип» восприятия охарактеризован как **рефлексирующий** — предполагающий внимание к собственному опыту и эмоциям при взаимодействии с объектом. Помимо характеристики эмоциональности, данный «тип» подразумевает также «проецирование» респондентом себя вовнутрь воспринимаемого объекта. На данную тенденцию также указывают современные исследователи, отмечая, что «люди стремятся проецировать себя в сцену, чтобы понять, как они сами использовали бы эти здания и места» [18].

Наконец, третий «тип» — **констатирующий** (описывающий, безоценочный). Можно полагать его, с одной стороны, артефактом исследования, поскольку данная стратегия испытуемого может быть связана с нежеланием раскрывать свое истинное отношение, заниматься «самокопанием». В таком случае данный «тип» скорее характеризует «энергосберегающий» подход испытуемых к исследовательской процедуре. С другой стороны, он может быть обусловлен незаинтересованностью, просто отсутствием эмоций в отношении воспринимаемого, а также трудностями с пониманием или осуществлением ассоциативного эксперимента. Кроме этого, сами объекты, представленные в стимульном материале, могли действительно не включать ничего «интересного». В таком случае, учитывая, что фото домов подбирались исходя из соображений наибольшей распространенности именно таких типов построек в городе Владивостоке, можно предполагать, что сама среда жилых районов не представляет ничего эмоционально-значимого для испытуемых. Однако такое предположение, безусловно, требует дополнительных исследований.

Примечательно практически полное согласие полученных трех измерений с типами шкал, применяемых в исследованиях пред-

почтений окружающей среды [17]: описательные шкалы (descriptive scales) включают пространственную конфигурацию и физические атрибуты стимулов; аффективные (affective scales) измеряют реакции или настроение респондентов при рассматривании стимула; наконец, оценивающие шкалы (appraisal scales) отражают эстетическую ценность и качество стимулов.

Анализ межгрупповых различий по трем полученным «типам» — измерениям обнаружил, что «оценочность» с возрастом убывает: «студенты» являются более «оценочными» в своем восприятии, чем «пожилые» респонденты. Этот факт еще раз подтверждает большую включенность, «предвзятость» наиболее молодой части выборки.

Таким образом, обнаружена различная расстановка смысловых акцентов в восприятии разных групп испытуемых: более молодая часть выборки (группа «студенты») — более эмоционально включена, более оценочна, для них большую значимость имеет эстетическая составляющая в восприятии даже таких «повседневных» проявлений городской среды, как жилые дома. Видение данной группы наиболее контрастно по сравнению с «пожилыми» респондентами. Группа «взрослых» оказывается по смысловым характеристикам восприятия где-то на стыке этих разнонаправленных тенденций.

Полученные выводы могут быть применимы в рамках разработки и реализации проектов по развитию и модификации городской среды с учетом особенностей восприятия различающихся групп горожан.

Следует обратить внимание на ограничения исследования. Во-первых, довольно узкий охват стимульных объектов, ограниченный только жилыми зданиями, ведет к тому, что особенности восприятия, выявленные на таких объектах, в полной мере не переносимы на другие строения, например, административные, учебные и т. д. Во-вторых, качественные и количественные характеристики выборки не позволяют говорить о достаточно полной представленности исследу-

емых групп, что могло оказать влияние на полученные результаты. В-третьих, категории ассоциаций выявлялись в ходе смыслового контент-анализа, и лишь потом анализировались с помощью более точных приемов математико-статистической обработки данных, что могло внести элемент субъективизма. В-четвертых, ассоциативный эксперимент мог оказаться неодинаково про-

стым заданием для разных групп респондентов и, несмотря на стандартизированную инструкцию, мог предположительно вызвать трудности у ряда респондентов, в результате чего некоторые полученные категории могли появиться как артефакт исследования. Указанные ограничения обуславливают необходимость дальнейших исследований, уточняющих и проясняющих полученные результаты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Артемяева Е. Ю.* Психология субъективной семантики. М.: ЛКИ, 2007. 136 с.
2. *Васильюк Ф. Е.* Структура образа // Вопросы психологии. 1993. № 5. С. 5–19.
3. *Вырва А. Ю.* Восприятие архитектурных объектов городскими жителями: субъективно-семантический анализ: дис. ... канд. псих. наук. М., 2017. 287 с.
4. *Горелова Ю. Р.* Образные характеристики городской среды: сущность, механизмы формирования, классификация // Омский научный вестник. 2012. № 3 (109). С. 234–238.
5. Доля городского населения в общей численности населения на 1 января 2019 г. // Витрина статистических данных. [Электронный ресурс]. URL: <https://showdata.gks.ru/report/278932/> (дата обращения 07.03.2022).
6. *Зангиева И. К., Ротмистров А. Н.* Сравнительный анализ способов проведения факторного анализа на порядковых переменных // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 3 (145). С. 29–46. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.02>
7. *Леонтьев А. Н.* Образ мира // Избранные психологические произведения. М.: Педагогика, 1983. С. 251–261.
8. *Леонтьев Д. А.* Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. М.: Смысл, 1999. 487 с.
9. *Милграм С.* Эксперимент в социальной психологии. СПб.: Питер, 2000. 336 с.
10. *Рубинштейн С. Л.* Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2000. 712 с.
11. *Серкин В. П.* Методы психосемантики: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2004. 207 с.
12. *Серкин В. П.* Пять определений понятия «образ мира» // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. 2006. № 1. С. 11–19.
13. *Штейнбах Х. Э., Еленский В. И.* Психология жизненного пространства. СПб.: Речь, 2004. 239 с.
14. *Beute F., de Kort Y. A. W.* Thinking of nature: Associations with natural versus urban environments and their relation to preference // Landscape Research. 2019. Vol. 44. No. 4. P. 374–392. <https://doi.org/10.1080/01426397.2018.1457144>
15. *Fathullah A., Willis K. S.* Engaging the senses: The potential of emotional data for participation in urban planning // Urban Science. 2018. Vol. 2 (4). No. 98. [Online]. Available at: <https://doi.org/10.3390/urbansci2040098> (accessed 07.03.2022).
16. *Franek M., Sefara D., Petruzalek J., Cabal J., Myska K.* Differences in eye movements while viewing images with various levels of restorativeness // Journal of Environmental Psychology. 2018. Vol. 57. P. 10–16. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2018.05.001>
17. *Galindo M. P., Rodriguez J. A. C.* Environmental aesthetics and psychological wellbeing: Relationships between preference judgements for urban landscapes and other relevant affective responses // Psychology in Spain. 2000. Vol. 4. No. 1. P. 13–27.
18. *Gjerde M.* Visual aesthetic perception and judgement of urban streetscapes // Building in a Better World: CIB World Congress / ed. by P. Barrett. Salford: CIB Press, 2010. P. 12–22.
19. *Inglehart R.* Postmaterialist values and the shift from survival to self-expression values // The Oxford Handbook of Political Behavior / ed. by R. J. Dalton, H. Klingemann. New York: Oxford University Press, 2007. P. 223–239. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199270125.003.0012>
20. *Joye Y.* Architectural lessons from environmental psychology: The case of biophilic architecture // Review of General Psychology. 2007. Vol. 11. No. 4. P. 305–328. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.11.4.305>

21. *Karmanov D., Hamel R.* Assessing the restorative potential of contemporary urban environment(s): Beyond the nature versus urban dichotomy // *Landscape and Urban Planning*. 2008. Vol. 86. No. 2. P. 115–125. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2008.01.004>
22. *Krabbendam L. van Os J.* Schizophrenia and urbanicity: A major environmental influence-conditional on genetic risk // *Schizophrenia Bulletin*. 2005. Vol. 31. No. (4). P. 795–799. <https://doi.org/10.1093/schbul/sbi060>
23. *Kuo F. E., Sullivan W. C.* Aggression and violence in the inner city: Effects of environment via mental fatigue // *Environment and Behavior*. 2001. Vol. 33. No. (4). P. 543–571.
24. *Lederbogen F., Kirsch P., Haddad L., Streit F., Tost H. et al.* City living and urban upbringing affect neural social stress processing in humans // *Nature*. 2011. Vol. 474. No. 7352. P. 498–501. <https://doi.org/10.1038/nature10190>
25. *Nasar J. L.* The evaluative image of the city // *Journal of the American Planning Association*. 1990. Vol. 56. No. 1. P. 41–53. <https://doi.org/10.1080/01944369008975742>
26. *Ohly H., White M. P., Wheeler B. W., Bethel A., Ukoumunne O. C. et al.* Attention restoration theory: A systematic review of the attention restoration potential of exposure to natural environments // *Journal of Toxicology and Environmental Health. Part B*. 2016. Vol. 19. No. 7. P. 305–343. <https://doi.org/10.1080/10937404.2016.1196155>
27. *Osgood C. E., Suci G. J., Tannenbaum P. H.* The measurement of meaning. Urbana: University of Illinois Press, 1957. 342 p.
28. *Ulrich R. S.* Natural versus urban scenes: Some psychophysiological effects // *Environment and Behavior*. 1981. Vol. 13. No. 5. P. 523–556. <https://doi.org/10.1177/0013916581135001>
29. *Ulrich R. S.* View through a window may influence recovery from surgery // *Science*. 1984. Vol. 224. No. 4647. P. 420–421. <https://doi.org/10.1126/science.6143402>
30. *Weinstein N., Przybylski A. K., Ryan R. M.* Can nature make us more caring? Effects of immersion in nature on intrinsic aspirations and generosity // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2009. Vol. 35. No. 10. P. 1315–1329. <https://doi.org/10.1177/0146167209341649>
31. *World Urbanization Prospects 2018* // United Nations. Department of Economic and Social Affairs. Population Division. [Online]. Available at: <https://population.un.org/wup/Download/> (accessed 07.03.2022).

REFERENCES

1. *Artem'eva E. Yu.* Psikhologiya sub'ektivnoj semantiki. M.: LKI, 2007. 136 s.
2. *Vasilyuk F. E.* Struktura obraza // *Voprosy psikhologii*. 1993. № 5. S. 5–19.
3. *Vyrva A. Yu.* Vospriyatie arkhitekturnykh ob'ektov gorodskimi zhitelyami: sub'ektivno-semanticheskij analiz: dis. ... kand. psikh. nauk. M., 2017. 287 s.
4. *Gorelova Yu. R.* Obraznye kharakteristiki gorodskoj sredy: sushchnost', mekhanizmy formirovaniya, klassifikatsiya // *Omskij nauchnyj vestnik*. 2012. № 3 (109). S. 234–238.
5. *Dolya gorodskogo naseleniya v obshchej chislennosti naseleniya na 1 yanvarya 2019 g.* // *Vitrina statisticheskikh dannykh*. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://showdata.gks.ru/report/278932/> (data obrashcheniya 07.03.2022).
6. *Zangieva I. K., Rotmistrov A. N.* Sravnitel'nyj analiz sposobov provedeniya faktornogo analiza na poryadkovykh peremennykh // *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2018. № 3 (145). S. 29–46. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.02>
7. *Leont'ev A. N.* Obraz mira // *Izbrannye psikhologicheskie proizvedeniya*. M.: Pedagogika, 1983. S. 251–261.
8. *Leont'ev D. A.* Psikhologiya smysla: priroda, stroenie i dinamika smyslovoj real'nosti. M.: Smysl, 1999. 487 s.
9. *Milgram S.* Eksperiment v sotsial'noj psikhologii. SPb.: Piter, 2000. 336 s.
10. *Rubinshtejn S. L.* Osnovy obshchej psikhologii. SPb.: Piter, 2000. 712 s.
11. *Serkin V. P.* Metody psikhosemantiki: uchebnoe posobie dlya studentov vuzov. M.: Aspekt Press, 2004. 207 s.
12. *Serkin V. P.* Pyat' opredelenij ponyatiya “obraz mira” // *Vestnik MGU. Seriya 14. Psikhologiya*. 2006. № 1. S. 11–19.
13. *Shtejnbakh Kh. E., Elenskij V. I.* Psikhologiya zhiznennogo prostranstva. SPb.: Rech', 2004. 239 s.
14. *Beute F., de Kort Y. A. W.* Thinking of nature: Associations with natural versus urban environments and their relation to preference // *Landscape Research*. 2019. Vol. 44. No. 4. P. 374–392. <https://doi.org/10.1080/01426397.2018.1457144>

15. *Fathullah A., Willis K. S.* Engaging the senses: The potential of emotional data for participation in urban planning // *Urban Science*. 2018. Vol. 2 (4). No. 98. [Online]. Available at: <https://doi.org/10.3390/urbansci2040098> (accessed 07.03.2022).
16. *Franek M., Sefara D., Petruzalek J., Cabal J., Myska K.* Differences in eye movements while viewing images with various levels of restorativeness // *Journal of Environmental Psychology*. 2018. Vol. 57. P. 10–16. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2018.05.001>
17. *Galindo M. P., Rodriguez J. A. C.* Environmental aesthetics and psychological wellbeing: Relationships between preference judgements for urban landscapes and other relevant affective responses // *Psychology in Spain*. 2000. Vol. 4. No. 1. P. 13–27.
18. *Gjerde M.* Visual aesthetic perception and judgement of urban streetscapes // *Building in a Better World: CIB World Congress* / ed. by P. Barrett. Salford: CIB Press, 2010. P. 12–22.
19. *Inglehart R.* Postmaterialist values and the shift from survival to self-expression values // *The Oxford Handbook of Political Behavior* / ed. by R. J. Dalton, H. Klingemann. New York: Oxford University Press, 2007. P. 223–239. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199270125.003.0012>
20. *Joye Y.* Architectural lessons from environmental psychology: The case of biophilic architecture // *Review of General Psychology*. 2007. Vol. 11. No. 4. P. 305–328. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.11.4.305>
21. *Karmanov D., Hamel R.* Assessing the restorative potential of contemporary urban environment(s): Beyond the nature versus urban dichotomy // *Landscape and Urban Planning*. 2008. Vol. 86. No. 2. P. 115–125. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2008.01.004>
22. *Krabendam L. van Os J.* Schizophrenia and urbanicity: A major environmental influence-conditional on genetic risk // *Schizophrenia Bulletin*. 2005. Vol. 31. No. (4). P. 795–799. <https://doi.org/10.1093/schbul/sbi060>
23. *Kuo F. E., Sullivan W. C.* Aggression and violence in the inner city: Effects of environment via mental fatigue // *Environment and Behavior*. 2001. Vol. 33. No. (4). P. 543–571.
24. *Lederbogen F., Kirsch P., Haddad L., Streit F., Tost H. et al.* City living and urban upbringing affect neural social stress processing in humans // *Nature*. 2011. Vol. 474. No. 7352. P. 498–501. <https://doi.org/10.1038/nature10190>
25. *Nasar J. L.* The evaluative image of the city // *Journal of the American Planning Association*. 1990. Vol. 56. No. 1. P. 41–53. <https://doi.org/10.1080/01944369008975742>
26. *Ohly H., White M. P., Wheeler B. W., Bethel A., Ukoumunne O. C. et al.* Attention restoration theory: systematic review of the attention restoration potential of exposure to natural environments // *Journal of Toxicology and Environmental Health. Part B*. 2016. Vol. 19. No. 7. P. 305–343. <https://doi.org/10.1080/10937404.2016.1196155>
27. *Osgood C. E., Suci G. J., Tannenbaum P. H.* The measurement of meaning. Urbana: University of Illinois Press, 1957. 342 p.
28. *Ulrich R. S.* Natural versus urban scenes: Some psychophysiological effects // *Environment and Behavior*. 1981. Vol. 13. No 5. P. 523–556. <https://doi.org/10.1177/0013916581135001>
29. *Ulrich R. S.* View through a window may influence recovery from surgery // *Science*. 1984. Vol. 224. No. 4647. P. 420–421. <https://doi.org/10.1126/science.6143402>
30. *Weinstein N., Przybylski A. K., Ryan R. M.* Can nature make us more caring? Effects of immersion in nature on intrinsic aspirations and generosity // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2009. Vol. 35. No. 10. P. 1315–1329. <https://doi.org/10.1177/0146167209341649>
31. *World Urbanization Prospects 2018* // United Nations. Department of Economic and Social Affairs. Population Division. [Online]. Available at: <https://population.un.org/wup/Download/> (accessed 07.03.2022).