ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОУВПО "Пермский государственный университет"

*Кафедра психологии развития*

Курсовая работа

**Методы изучения восприятия интерьера**

3 курса

философско-социологического факультета

специальности "Психология"

Научный руководитель:

доцент кафедры психологии развития, к.п.н.

2010

Содержание

Введение

Глава 1. Проблема восприятия интерьера

1.1 Особенности восприятия интерьера

1.2 Составляющие восприятия интерьера

1.2.1 Восприятие пространственных планов

1.2.2 Восприятие величины помещений

1.2.3 Восприятие символики формы

1.2.4 Восприятие цвета в пространстве

1.2.5 Восприятие освещения в пространстве

Глава 2. Методы исследования восприятия интерьера

2.1 Методы психологического исследования и их классификация

2.2 Методы исследования восприятия интерьера

2.2.1 Метод свободного описания

2.2.2 Метод семантического дифференциала

2.2.3 Метод рисунка

2.2.4 Метод конструирования ментальных карт

2.2.5 Метод незаконченных предложений

Заключение

Выводы:

Литература

# Введение

В настоящий момент, на рынке российского дизайна интерьера услуги психолога в качестве консультанта достаточно редки, если не сказать единичны. Годы советской власти настолько научили нас ценить "жилую площадь", что такие аспекты как интерьерная эстетика жилья его потребителем, во внимание практически не принимаются. При этом одной из функций интерьера является эстетическая, способная влиять на психическое состояние человека. Но про это функцию, как правило забывают, рассматривая жилое пространство и его интерьер с позиции практичности и экономичности. В настоящее время внимание восприятию интерьера уделяется недостаточное внимание, хотя и существуют немногочисленные исследования.

Тема изучения восприятия интерьера *актуальна,* так как в настоящее время наблюдается строительный бум. При этом чертами этого бума являются массовость и типичность интерьера, а также значительная нагрузка жилого помещения (желание в одном помещении использовать как можно больше пространства), что оказывает негативное влияние на психику человека.

В первую очередь интерьер должен приносить пользу (не обязательно только экономическую, но и духовную или культурную пользу), пробуждать определенные чувства и по возможности доставлять радость.

Интерьер - (от франц. intérieur - внутренний), 1) в архитектуре - внутреннее пространство здания (жилого, общественного, промышленного) или какое-либо помещение (вестибюль, фойе, комната, зал и т.п.). Функциональное назначение интерьера как среды, отвечающей тем или иным процессам человеческой жизнедеятельности, определяет архитектурное решение интерьера (его абсолютные размеры, форму, пропорции, освещённость, ритм размещения опор, оконных и дверных проёмов, выступов, ниш, членений стен, их масштабные соотношения) и характер его убранства (меблировку, оборудование).

В настоящее время интерьер достаточно редко выступает объектом психологических исследований. Так были обнаружены лишь несколько эмпирических работ по исследованию восприятия интерьера. Так, Степанов Н.Н. изучал восприятие цветовых решений в интерьере, выявил влияние цвета в интерьере на психику человека; Воронец Л.А. изучал восприятие искусственного освещения в интерьере; Квасников И. изучал восприятие расположение предметов мебели в интерьере. Отметим, что данные исследования не являются актуальными и проведены еще в конце прошлого столетия.

Малое число эмпирических исследований обусловлено отсутствием методов, направленных на изучение восприятия интерьера. Поэтому каждый исследователь занимающийся изучением восприятием интерьера модифицирует общепсихологические методы под цели своего исследования, или создает собственные методики. Модифицированы методики вынуждают каждого исследователя задавать собственные критерии оценки, создавать шкалы или категориальные сетки, что, в конце концов, приводит к невозможности сопоставления данных двух разных исследований.

*Цель* работы: изучить методы изучения восприятия интерьера.

Поставленная цель реализуется в следующих *задачах*:

рассмотреть проблему восприятия интерьера;

рассмотреть составляющие восприятия интерьера;

проанализировать методы и методики изучения восприятия интерьера.

*Объект* - восприятие как психологический феномен.

*Предмет* - методы изучения восприятия интерьера.

*Новизна* работы состоит в попытке анализа и систематизации методик изучения восприятия архитектурной среды и интерьера в частности.

психологический восприятие интерьер ментальный

*Теоретическое значение* работы состоит в систематизации методик изучения восприятия интерьера. Работа восполнит методологический пробел в вопросах восприятия интерьера.

*Практическое значение* работы состоит в возможности использования данных в разработке курсов "Экологическая психология", "Психология труда", "Социальная психология", "Психодиагностика" и других. Также работа будет представлять интерес архитекторам и дизайнерам для планирования будущих архитектурных проектов.

# Глава 1. Проблема восприятия интерьера

## 

# 1.1 Особенности восприятия интерьера

Эстетическое воздействие архитектуры тесно связано с особенностями эмоционального восприятия человеком двух видов форм - объемных в пространстве и пространственных.

Под термином "пространственная форма" следует понимать геометрически определенный объем пространства, воспринимаемый внутри заключающей его формы. Совокупность плоскостей ограждения, расположенных по периметру, и обращенных во внутрь, образует оболочку пространственной формы или "форму-оболочку", воспринимаемую как целостная масса в отличие от отдельных форм самих элементов ограждения (потолок, пол и т.д.). Условия единовременного обозрения пространственной формы определяют особенности "интерьерного" восприятия.

Первая особенность связана с панорамным охватом "формы-оболочки", окружающей зрителя со всех сторон. В помещении это шесть или пять одновременно видимых поверхностей: пол, стены, потолок. Наоборот, форма объема в пространстве, при неподвижном положении зрителя, открывается лишь одной-двумя сторонами.

Вторая особенность восприятия проявляется в ощущении "интерьерного" масштаба закрытых пространств по сравнению с открытым или естественным. При одинаковых параметрах закрытое пространство всегда несколько больше, чем такое же открытое. В закрытом сравнительной мерой служит только человек, а на открытых площадках в сравнение вступают и более крупные элементы окружения - группы зданий, размеры улиц, природные просторы.

Третья особенность - в исключительной достоверности ощущений пространства ввиду близости объектов наблюдения. В этой ситуации не только добавляются новые модальные ощущения - тактильные (непосредственные соприкосновения с формами, поверхностями, материалами), кинестетические (движение по горизонтали, подъемы и спуски, смена направлений), слуховые (тихие звуки и шумы), обонятельные, но и значительно активизируются постоянно действующие зрительные ощущения (детализация объектов, ракурсные восприятия формы, многоплановые построения визуальных картин, эффекты освещения). Такое разнообразие впечатлений делает "интерьерное" восприятие чувственно насыщенным, более эмоциональным.

Четвертая особенность заключена в ощущении конечной ограниченности пространственной формы, во врожденной потребности быстро ориентироваться в ней и позитивно принимать ясно организованную структуру, вселяющую чувство, уверенности и покоя. Этим же вызвано стремление избежать абсолютной замкнутости пространств и установить визуальные связи с естественной природой.

## 

# 1.2 Составляющие восприятия интерьера

### 

# 1.2.1 Восприятие пространственных планов

Интерьерное пространство имеет относительное трех частное деление на планы - передний (ближний), промежуточный (средний) и задний (дальний). Пространственные планы всегда реальны, и их относительная глубина определяется расстояниями конкретного пространства, изменяющегося от нескольких до сотен метров. В общем виде зрительная картина (кадр.) каждого плана обладает предметной содержательностью и насыщенностью. Чем глубже пространство, тем более емок кадр и богаче плановые градации.

Порядок расположения планов можно соотнести с характеристиками их визуальных картин и обозначить передний план как восприятие детали, средний - фрагмента и дальний - общей пространственной формы. В процессе восприятия эти три плана всегда оказываются в состоянии отношений "фигура-фон". В силу аккомодации глаза зрение фокусируется на одном из планов, в плоскости интересующего объекта (фигуры), и тогда остальные планы становятся фоновыми. Следовательно, объектом внимания (фигурой) может быть деталь (часть плоскости ограждения, предмет оборудования, рабочее место), фрагмент (плоскость ограждения, группа оборудования, рабочая зона) или, собственно, пространственная форма (сочетание плоскостей ограждения).

При зрительном освоении среды все планы оказываются в постоянном обозрении. Взор неоднократно возвращается к ним, и проявление повышенного внимания (интерес) выражается как раз в количестве возвратов. Научные исследования отмечают две особенности визуального освоения формы - выявление зрением "узловых точек" объекта, характерных для данной формы или ее содержания ("иерархия информативных ценностей"), и избирательность зрения в зависимости от поставленной задачи поиска ("движение глаз отражает работу мысли"). В аспекте цветовой среды на этом основании выявляются роль и значение пространственных планов в формировании разных типов интерьеров.

Наукой установлены этапы отображения объекта по сложности восприятия - первоначально фиксируются контурные и силуэтные (плоскостные) изображения, затем величины предметов и расстояния до них. При восприятии формы объема или плоскости максимумы внимания приходятся на смысловые центры изображения, способствующие быстрейшему раскрытию информации об объекте. При выявлении характеристики формы чрезвычайно важны "информативные фрагменты" - участки с местами резкого изменения контура, смены направлений линии, места пересечений плоскостей.

### 

# 1.2.2 Восприятие величины помещений

Архитектурная форма, в том числе и пространственная, в отличие от просто геометрической формы наделяется специфическим фактором абсолютной величины, связанной с ее отношением к человеку, как к мере, и определяемой отчасти понятием масштабности.

Величина пространственной формы в натуре мгновенно оценивается и особенно остро ощущается человеком. Она в первую очередь влияет на эмоциональность восприятия, рождая чувство простора, нормальной соизмеримости или гнетущей тесноты.

Архитектурное пространство постоянно сравнивается человеком с природным по физическому и психическому ощущениям и возможностям взаимного человеческого общения. Переживая, осваивая пространственные параметры через расстояния, визуальную различимость, человек осознает возможный уровень общения, у него возникает соответствующее ассоциативное эмоциональное представление о конкретном пространстве как интимном, камерном, обширном, огромном или беспредельном. Опираясь на критические параметры модальных ощущений и их совместное действие, можно установить уровни человеческого представления о величине пространства.

В табличных данных условно зафиксировано статичное положение зрителя в крайней удаленной точке пространства. На самом деле человек движется, меняются расстояния и углы наблюдения. Кроме того, шкала уровней восприятия постоянно существует в развернутом виде, и в оценочное качество восприятия включаются детали ближайших зон, которые сопоставляются с аналогами дальних зон и дают необходимую им расшифровку. Однако в целом закономерность представлений при освоении пространств разной величины сохраняется и используется в практике целенаправленно, опираясь на интуицию.

Желание придать внутреннему пространству определенную представительность, как правило, приводит к увеличению объема. Так, монументальные египетские храмы олицетворяли сверх могучее божество, в "огромном" внутреннем пространстве человек просто физически терялся, активно давила масса обрамляющей оболочки.

Интерьеры греческих храмов не преступают границ "просторного" объема, достаточно торжественного в своем спокойствии и соразмерности с человеком. В русских церквях "камерные" габариты в горизонтальном уровне действия человека переводятся в разряд "просторного" и, следовательно, представительного добавлением высоты, устройством сводов, световых барабанов и, наконец, устремленных вверх шатров, накрывающих совсем небольшую площадь квадратного плана. Градация ощущений от простора до тесноты в значительной мере определяет эмоциональность восприятия и используется в композиции интерьера. Сознательное распределение разных или одинаковых пространственных объемов позволяет создать пассивную или активную динамику структурного построения интерьера, развивающегося по нарастающей или убывающей прогрессии. В отдельных фрагментах структуры сочленением двух контрастных объемов можно подчеркнуть просторность одного помещения после затесненности другого.

Измерительная характеристика оптического восприятия определяется факторами - поле зрения, угол зрения и острота зрения. С позиции восприятия интерьера в больших пространствах "кадры" поля зрения оказываются более емкими по содержанию, дающими больше впечатления о целом и, наоборот, в меньших пространствах "кадры" восприятия более фрагментарны. Здесь общее впечатление получается путем сложения их в обзорную панораму. Параметры величин пространственной формы и условия их обозрения влияют таким образом на характер эмоционального восприятия этих форм.

Верхняя зона поля зрения нацелена на определение узловых точек соединения стен и потолка. Разнообразные ощущения формы возникают в связи с отклонением оптимального значения вертикального угла зрения, равного 17°. В зависимости от характера контурных линий (горизонтальных, вертикальных, наклонных, кривых и др.) и их количества, попадающих в зону поля, возникает ощущение низкого и высокого.

Графический анализ интерьеров ряда исторических объектов показывает, что, независимо от абсолютной величины помещения, у зодчих сохранялось стремление заполнить верхнюю оптимальную зону поля зрения на всю высоту плоскостью стены, т.е. сохранить постоянным оптимальное отношение высоты к длине помещения и избегать ощущения нависающего, давящего потолка путем включения в кадр преимущественно вертикальных направлений. Этот эмпирический опыт поиска лучших пропорций формы подтверждает важную закономерность психологии восприятия. Ощущение "низкого-высокого", "тяжелого-легкого" можно иллюзорно корректировать также соотношением масс в "форме-оболочке" - раскрытием или замыканием соответствующих сторон ограждения.

### 

# 1.2.3 Восприятие символики формы

Степень эмоционального ощущения при восприятии зависит от особенностей ассоциативного воздействия пространственной формы, ясности или сложности прочтения ее геометрических параметров и композиционной структуры. Пересечение ограждающих поверхностей образует линейные контуры и силуэты, читаемые при восприятии в первую очередь. Более того, при отсутствии массы заполнения достоверность очертания пространственной формы сохраняется, если закреплены основные, узлы формы (угловые опоры, балки, / перила, навес и др.). Следовательно, o расшифровка формы происходит через восприятие контурных линий. Через "движение" линий возникает ощущение движения (динамики) пространственной формы.

Образно-ассоциативные характеристики простейших фигур и линий давно известны в художественно-творческой практике. Так, прямая вертикаль кажется наделенной активной силой стремления ввысь, выражающей тенденцию роста. Горизонталь, наоборот, кажется пассивной, слабой. Диагональное, наклонное направление, находясь посередине, действует как некая сила, преодолевающая пассивность. Изломанные линии, представляющие различные комбинации острых, прямых и тупых углов с различной длиной сторон, являются как бы результатом попеременного действия различных сил. Кривые линии - и особенно неравномерные - больше выражают движение, чем прямые или дугообразные части окружности. Особенно выделяются параболические линии, приобретающие в своем движении особую красоту и силу. Прямая линия выражает ускорение на равных участках и замедление на закруглениях.

Разное впечатление производят геометрические фигуры: треугольник - острый и колючий; круг - ровный, гладкий, замкнутый в себе; квадрат - четкий, прямой, статичный.

Удивительная ассоциативная определенность некоторых геометрических фигур и объемов казалась в древности мистической, наделенной таинственным смыслом, что и послужило для использования их в качестве символических формальных знаков. Круг, сфера символизировали единство, беспрерывность движения, вселенную, мир, солнце, жизнь. Квадрат (например, в основе пирамиды) символизировал покой, вечность, силу, власть.

А. Палладио в своем трактате писал, что древние считались с тем, что подобает каждому богу не только при выборе места, но и при выборе формы: так Солнцу и Луне, поскольку они постоянно вращаются, они делали храмы круглой формы или приближенной к круглой, тоже для Весты, которая называется богиней земли, "стихия же эта, как известно, круглая." Абстрактная символика простых "вечных форм" достаточно распространена в архитектуре.! В современной архитектуре к ней добавилось символическое изображение органичных форм природного мира. В сложных террасах амфитеатра зала филармонии Г. Шарун отражает идею ландшафта: долина, окруженная склонами виноградников, из глубины которой поднимается звук. Или плавно искривленные формы жилого дома П. Портогези сравнивает с естественным течением реки по изгибающемуся руслу.

Движение формы вверх, вглубь, вширь или ее статичность вызывают и вполне определенные ассоциации, связанные с врожденными психофизиологическими особенностями человека. Стремление формы вверх, отдаление массы потолка, обилие воздуха над головой неизменно рождают чувство облегчения, свободы, простора (при достаточно нормальной ширине помещения). Низкий потолок при широком пролете "зримо" давит нависшей тяжестью, создает ощущение тесноты, тревоги, беспокойства. В этих случаях важна и форма плоскости покрытия - плоская, сводчатая, провисающая, наклонная. Многообразие возможных конкретных решений пространственной формы основывается на бесконечности сочетаний геометрических форм ограждающих поверхностей как в пределах контура фигур, так и самих плоскостей фигур.

### 

# 1.2.4 Восприятие цвета в пространстве

В живописи цвет является основным выразительным средством, использующим все богатства сложнейших колористических композиций. В других видах творчества цвет служит уже дополнительным средством, имеющим как бы прикладное значение для подчеркивания основной формы выражения, усиления ее содержательности. В этих случаях (графика, скульптура, сценография, дизайн) оказываются достаточными более простые цветосочетания, располагаемые главным образом в пределах плоскости и объема, воспринимаемых с одной точки зрения.

Особо важное значение для таких сочетаний приобретает включение цвета "конструкционного" материала (бумага, глина, мрамор и пр.), его естественной фактурности.

Архитектурная форма определяет и дифференцированное размещение цветов в пространстве, т.е. особый вид их пространственно-объемного сочетания, воспринимаемого человеком циркорамно в статическом положении или в движении. Для архитектурной "формы-оболочки" характерно цветосочетание достаточно больших (относительно человека) поверхностей, имеющих однотонную окраску в своих пределах.

Благодаря двойственной природе архитектуры значение цветового тона должно удовлетворять не только композиционному смыслу (как в других видах искусств), но и функционально-утилитарному.

Специфика пространственного ощущения цветовых характеристик определяется особенностями процесса восприятия пространственной формы. Восприятие происходит в движении поступательном - с переходом из одного пространства в другое, и панорамном - с обозреванием только одного пространства. При поступательном движении происходит последовательная смена цветовых впечатлений в пространственно-временном отношении. Возникающие таким образом "цветосочетания" обусловлены возможностью сохранения в памяти в течение некоторого времени образа цвета предыдущего пространства. Более предпочтительными для этих случаев являются насыщенные, основные и промежуточные, цветовые тона, цвета белый и черный и контрастные цветовые отношения.

Определенные простые цвета запоминаются легче, чем смешанные или нюансные их отношения. Известно, что в простоте символических цветов проявляется фактор их лучшей запоминаемости.

При панорамном обозрении одного пространства в зрительном кадре могут присутствовать разные участки среды - от целой картины до ее фрагментов. Однако образ целостности пространственной формы и ее цветовой характеристики, складывающийся из отдельных кадров, сохраняется в сознании и поддерживается постоянной визуальной связью. В этих случаях оправданы и более сложные нюансные цветоощущениях, усваиваемые в длительном восприятии.

Человек обладает способностью даже при ракурсных изменениях воспроизводить в сознании трехмерное пространство, довольно точно устанавливать истинные очертания формы, ее размеры, абсолютные и относительные расстояния до предметов. Из этого следует, что при "живом" созерцании помещения (а не его изображения) в сознании наблюдателя площадь ограждающих поверхностей всегда больше площадей остальных элементов интерьера независимо от их расположения.

Следовательно, в композиции сочетаний цветовых пятен важны не столько видимые в некий момент проекционные параметры поверхностей (случаи обязательные для плоскостных изображений), сколько их действительные размеры.

В реальной среде возникают изменения цветовых тонов от распределения источников освещения, смены естественного и искусственного света, от фактических дистанций между планами интерьера.

Однако исследованиями (и жизненным опытом) отмечается удивительная особенность зрения брать корректирующие поправки на освещение и воспринимать цвет в общем правильно, независимо от спектральных характеристик источников света, падающих теней и рефлексов.

Следовательно, при неравномерности освещения пространственной формы восприятие цветности ее поверхностей и оборудования в целом остается довольно постоянным и верным. Это положение важно для утверждения достоверности предлагаемых проектных решений в виде условных проекций (разверток), фиксирующих цветовые тона и их сочетание в абсолютных размерах поверхностей и без учета динамики световоздействия.

# 1.2.5 Восприятие освещения в пространстве

Свет оказывает эмоциональное воздействие на человека через освещенность пространства помещения и выявление пластики "формы-оболочки". Естественная смена освещенности и цветности в природной среде создала ряд устойчивых ассоциативных ощущений, например, тревоги от мрачности и таинственности сумерек, возбуждения и бодрости от яркого солнечного дня. В помещении возможно регулирование количества света, его цветности и распределения. Художественно-выразительные задачи и приемы состоят: в выявлении света как своеобразного композиционного акцента; в выявлении пластических характеристик пространственной формы; в создании специфической световой среды. Композиционные приемы работы со светом основываются на организации концентрированного или рассеянного освещения, или их комбинировании.

Важное значение имеет положение источника света по отношению к пространственной форме. Свет от солнца или небосвода поступает в помещение извне через световые проемы. Величина последних, форма и местоположение активно влияют на характер освещения. Освещенность также связана с географической широтой и динамическими ритмами смены суток и времен года. В естественных условиях пространственная форма освещается преимущественно рассеянным светом и при этом обеспечивается естественная пространственная и временная ориентация человека. Источники искусственного освещения размещаются внутри помещения и являются материальными элементами среды. Для искусственного освещения характерно преимущественное использование прямого света и возможность свободно направленного его распределения по плоскостям "формы-оболочки". Действие света проявляется по физическим законам: освещенность зависит от силы света, расстояния от источника и угла падения световых лучей. Зрительно это воспринимается в виде интенсивности светотеней и характера их модуляции. При малых проемах возрастает доля рассеянного отраженного света, возникает большая градация Освещенности от светлых до темных участков. Отраженный свет со множеством рефлексов создает ощущение необычности среды. Таково таинственное воздействие гипостильного зала в египетском храме или целлы в греческом храме.

При больших проемах наблюдается относительная равномерность интенсивного светораспределения, напоминающая естественные условия. Так, большая освещенность торговых пассажей через стеклянный свод вызывает ассоциацию с городской улицей. Растянутая градация освещенности отраженным светом позволяет создать "живописную" светотень и выявить пластичные свойства формы. Направленный прямой верхний свет или отраженный боковой обычно скользит по поверхности, модулируя ее пластику. При больших проемах получается "заливающий" свет, способствующий выявлению геометрических качеств ограждения по контурам и силуэтам. Если в первом случае для "формы-оболочки" характерно проявление скульптурности массы, то во втором - ее графичности.

Направленный на акцентное место прямой свет приобретает самостоятельное активное значение в композиции, например, интенсивно освещенные барабаны церквей, сноп света в Пантеоне или полоса света в Зеленоградском институте электроники. Другой прием светового акцентирования проявляется в создании светящейся прозрачной поверхности - витража. Искусственное освещение имеет свои композиционные приемы, отличающиеся некоторой декоративностью световых эффектов. Например, эффект "парящего" потолка возникает от контрастного сопоставления светлой и затененной поверхности. Источники освещения обычно скрыты от зрителя. Другой прием образует световые "пятна" на стене, на полу для акцентирования предметов оборудования, отделки и др. Третий прием связан с возможной имитацией естественного освещения. Создаются светящие поверхности плафона, фонарей, проемов. Эффект достоверности зависит от точности подбора характеристик света и естественности ситуации.

# Глава 2. Методы исследования восприятия интерьера

# 2.1 Методы психологического исследования и их классификация

В своей классификации Б.Г. Ананьев рассматривал методы психологии взаимосвязано с этапами научного исследования, поэтому их он рассматривает как классификацию этих этапов. По Б.Г. Ананьеву психолог на различных этапах исследования пользуется различными группами методов.

Автор данной классификации подверг критике классификацию Г.Д. Пирьова, предложив другую. Все методы он разделил на:

1. Организационная группа, которая включает сравнительный, лонгитюдный и комплексный методы.

Лонгитюдный метод предполагает многократное обследование одних и те же лиц на протяжении достаточно длительного отрезка времени, измеряемого иногда десятками лет.

Комплексный метод включает в себя одновременно эти два метода.

2. Эмпирический способ добывания данных:

2.1 Наблюдение и самонаблюдение.

2.2 Экспериментальные методы:

а) полевой эксперимент - это специально организованный эксперимент, близкий к естественному;

б) лабораторный эксперимент - применятся, когда исследование психических процессов происходит в искусственных условиях, в лабораториях, с применением специальных приборов;

в) неестественный эксперимент - эксперимент, в котором испытуемый не подозревает, что он в нем участвует;

г) естественный эксперимент, в котором испытуемый ставится в заранее подготовленные, но привычные для него условия;

д) формирующий или психолого-педагогический эксперимент.

2.3 Психодиагностические методы:

а) стандартизированные и проективные (формализованные личностные тесты) тестовые методики;

б) анкеты - эмпирический социально-психологический метод получения информации на основании ответов на специально подготовленные и соответствующие основной задаче исследования вопросы;

в) вопросники;

г) социометрия - метод, использующийся для определения связей и отношений между людьми в группе или коллективе;

д) интервью как специфическая форма беседы может использоваться для получения сведений не только о самом интервьюируемом, который знает об этом, но и о других людях, событиях и т.д.;

е) беседа - широко распространенный в педагогической психологии и практике эмпирический метод получения сведений (информации) о человеке в общении с ним, в результате его ответов на целенаправленные вопросы.

2.4 Приемы анализа процессов и продуктов деятельности. Этот метод включает праксиометрические методы (циклография, профессиография, оценка изделий и выполненных работ).

2.5 Метод моделирования.

2.6 Биографический метод. Выбор конкретного эмпирического метода зависит от того, какой организационный метод выбран исследователем.

3. Методы и приемы обработки эмпирических данных:

а) методы математической статистики;

б) качественная характеристика количественного материала.

4. Интерпретационные методы, объясняющие результаты, полученные в данном случае с точки зрения исходных гипотез и посылок, которые служили основой для проведения исследования. Этот метод представляет различные варианты генетического и структурного методов.

а) генетический метод - интерпретирует весь обработанный материал исследования в характеристиках развития, выделяя фазы, стадии, критические моменты, процессы становления психических функций, образований или свойств личности;

б) структурный метод - интерпретирует материал в характеристиках типов связей и систем, образующих личность, социальную группу.

Классификации Б.Г. Ананьева, прежде всего, рассматривает весь процесс организации и проведения психологического исследования - от постановки проблемы до ее решения. На каждом этапе этого процесса производится классификация методов, соответствующих этому этапу.

## 

# 2.2 Методы исследования восприятия интерьера

### 

# 2.2.1 Метод свободного описания

Метод свободного описания относится к качественной методологии и носит интроспективный характер.

Данный метод предполагает спонтанное написание участниками исследования вербального текста, носящего рефлексивный характер, в ответ на предъявляемую им инструкцию.

Описание - отчет человека перед самим собой в выполненных действиях, поступках, деяниях, осознание им посредством анализа собственных чувств, переживаний, влечений, их смысла и значения для себя и своего окружения как в данный момент, так и в другие моменты времени: прошлом и будущем. Описание обычно включает нравственную оценку собственных действий и опирается на самонаблюдение. Применяя в исследовании представлений о карьере метод свободного самоописания, мы модифицировали подход Г. Олпорта.Г. Олпорт использовал метод анализа текстовых документов и предлагал респондентам в качестве стимульного материала "письма Дженни", на основе анализа которых делал вывод об основных диспозициях личности.

Метод свободного самоописания дает обширный качественный материал о личностных особенностях испытуемого и его представлениях о различных объектах социальной реальности.

Процедура исследования: испытуемому предлагалось на чистом листе бумаги описать "Опишите интерьер, в котором вы сейчас находитесь", при этом не давалось установок на преимущественное или ограниченное описание каких - либо отдельных феноменов. Испытуемому предлагалось излагать свои мысли в порядке их возникновения, не заботясь об их последовательности, грамматике и логике. Свободная форма описания позволяла испытуемому в первую очередь указать особенно важные для него личностные особенности, аспекты поведения и межличностные отношения, выразить свое отношение к нему. Результатом применения метода свободного описания является текст, отражающий психологические особенности человека, его социальные представления и отношение к объектам социальной реальности

Достоинствами метода свободного описания являются богатство оттенков описания, отсутствие ограничений для испытуемого, который может использовать удобную для него лексику, выражая полноту представлений.

Метод свободного описания также обладает рядом недостатков, среди которых можно выделить влияние лингвистических способностей испытуемых, их образовательного и культурного уровня развития, социальной желательности, что необходимо учитывать при интерпретации результатов, а также трудоемкость обработки результатов, необходимость экспертной оценки.

### 

# 2.2.2 Метод семантического дифференциала

Метод субъективного шкалирования заимствован из классической психофизики и является простым и прямым методом получения матрицы семантического сходства. Одной из разновидностей метода шкалирования является метод семантического дифференциала, который позволяет построить субъективное семантическое пространство. Однако часто понятия "метод семантического дифференциала" и "метод шкалирования" используют как синонимы. Метод шкалирования был разработан группой американских психологов во главе с Ч. Осгудом и получил широкое распространение в исследованиях, связанных с восприятием человека, анализом его социальных установок и личностных смыслов. Как полагает Ч. Осгуд, метод семантического дифференциала позволяет измерить коннотативное значение, то есть те состояния, которые следуют за восприятием символа и предшествуют осмысленным операциям с символами. Наиболее близким аналогом коннотативного значения в понятийном аппарате отечественной психологии является понятие личностного смысла. Личностный смысл является значением значения для субъекта.

В методе семантического дифференциала измеряемые объекты (понятия, изображения, персонажи и т.п.) оцениваются также по ряду шкал, полюса которых заданы с помощью вербальных антонимов. Оценки понятий по отдельным шкалам коррелируют друг с другом; с помощью факторного анализа удается выделить пучки высококоррелирующих шкал, сгруппировать их в факторы. Математическое построение семантического пространства является переходом от большей размерности (которые заданы шкалами) к меньшей размерности (факторам). Таким образом, факторы - это форма обобщения прилагательных-антонимов, на базе которых строится семантический дифференциал. Группировка шкал в факторы позволяет перейти от описания объектов с помощью признаков, заданных шкалами, к более емкому описанию с помощью меньшего набора факторов. Так представляется содержание объекта, его коннотативное значение. Например, при исследовании особенностей восприятия телеведущих первоначально зрителями было названо 82 качества, с помощью которых можно оценить ведущих информационных программ. В результате факторного анализа все эти качества были объединены в четыре фактора (порядочный-непорядочный, от крытый-обособленный, активный-безучастный, слабый-сильный), которые помогли в более обобщенном виде выявить различия идеального и реальных телеведущих, участвовавших в исследовании, а также наглядно представить их индивидуальные профили.

В исследованиях Ч. Осгуда строилось семантическое пространство на базе шкалирования понятий самых разных понятийных классов (пламя, ураган, мать, радость и т.д.), и было выделено три основных фактора интерпретированных как "оценка", "сила", "активность". Дальнейшие исследования показали универсальность выделенных структур. Так была показана идем точность факторных структур у представителей различных культур разного образовательного уровня; и т.д. Например, если по фактору "оценка" слово "дождь" испытуемый оценивает как хорошее, то по всему фактору "оценка" это слово будет тяготеть к положительной оценке: дождь будет для него желанным, теплым и т.д. Таким образом, если структура пространств идентична для различных испытуемых, то можно использовать результаты факторизации, полученные на одной группе для проведения исследований с применением методики семантического дифференциала на другой группе испытуемых, т.е. можно использовать уже полученные группировки шкал в факторы.

Ч. Осгуд в своих исследованиях использовал шкалы, образованные из прилагательных-антонимов. Но в большинстве случаев прилагательные являются оценочными, поэтому фактор оценки является более сильным и это не всегда позволяет выделить факторы силы и активности.

Используя более широкий набор шкал, Бентлеру и Лавойе удалось расширить универсальное семантическое пространство и выделить ряд новых факторов: "плотность" (единичный-многочисленный, скомплектованный-разбросанный), "упорядоченность" (организованный-неорганизованный, постоянный-изменчивый), "реальность" (воображаемый-действительный) и т.д. Кроме вербальных антонимов для построения шкал Семантического дифференциала Ч. Осгуд использовал 8 графические оппозиции (крут черный - белый, линия прямая - ломаная, стрелка вверх - вниз и т.д.). Испытуемых просили оценить ряд слов. Например, слово счастливый" все определили как "цветной, острый, редкий, светлый". Таким образом, эти результаты доказали универсальность факторных структур, выделенных Ч. Осгудом.

Следующим шагом в этом направлении явилось построение невербального семантического пространства Бентлером и Лавойе. Вместо графических изображений использовались визуальные (картинки), отобранные в результате анализа работ многочисленных Испытуемых. Такой невербальный семантический дифференциал применялся для исследования особенностей Приятия детей, а также в межкультурных исследованиях.

Одной из разновидностей частных семантических пространств являются личностные семантические дифференциалы, построенные на базе прилагательных, обозначающих черты личности и характера, и ориентированные на оценку самого себя или другого человека. Процедура построения личностного семантического дифференциала стандартна. По множеству биполярных шкал, образованных "личностными" прилагательными, оценивается множество реальных людей, литературных персонажей, героев телепередач, живописных или фотографических портретов, и на основе сходства их оценок строится матрица сходства шкал, которая затем подвергается факторному анализу. Выделенные факторные структуры отражают присущие испытуемым структуры, через призму которых происходит восприятие другого человека или самого себя. В отечественной психологии известен вариант личностного дифференциала С.Д. Шмелева.

В целом исследования показали, что универсального семантического дифференциала не существует и в зависимости от задачи исследования и выборки испытуемых необходимо проводить построение семантического пространства в каждом конкретном случае.

В целом, подводя итог рассмотрению методик класса "семантический дифференциал", можно выделить следующие тенденции:

1. переход от построения универсальных семантических пространств, демонстрирующих лексику из различных понятийных классов, к построению частных семантических пространств для узких понятийных классов;
2. расширение средств описания анализируемых объектов (вербальное, числовое, графическое противопоставление для шкал);
3. переход от построения пространств на основе среднегрупповых данных случайно отобранных испытуемых к построению семантических пространств, характеризующих группу испытуемых, или построению индивидуальных семантических пространств (например, особенностей ролевых позиций у людей разных национальностей).

Основной недостаток метода связан с тем, что, задавая список шкал, экспериментатор навязывает их испытуемым.

**Семантический дифференциал** позволяет построить семантическое пространство восприятия того или иного объекта. Под семантическим пространством понимается определенным образом сгруппированная система признаков, объектной и социальной действительности. В основе построения семантических пространств лежат статистические процедуры (факторный анализ, многомерное шкалирование, кластерный анализ), позволяющие сгруппировать ряд отдельных признаков описания в более емкие категории - факторы. Каждый такой фактор является имплицитным смысловым конструктом, и представляет собой по словам Д.А. Леонтьева". устойчивую категориальную шкалу, представленную в психике субъекта на уровне глубинных структур образа мира, выражающую значимость для субъекта определенной характеристики (параметра) объектов и явлений действительности (или отдельного их класса), и выполняющую функцию дифференциации и оценки объектов и явлений по тому параметру, следствием которой являются приписывание соответствующего жизненного смысла".

Метод семантического дифференциала предложенный Ч. Осгудом, позволяет оценивать коннотативное значение, наиболее близким понятием к которому отечественной психологической традиции является понятие личностного смысла. Отмечается, что семантический дифференциал ориентирован на социальные установки, стереотипы и другие эмоционально насыщенные, слабоструктурированные и мало осознаваемые формы обобщения. Результатами применения семантического дифференциала являются групповые семантические пространства. Следовательно, имеется возможность исследования с помощью семантического дифференциала форм массового сознания при построении семантических пространств для отдельных популяций - групп людей, объединенных по определенному признаку (полу возраста и т.д.)

В отличие от универсального семантического дифференциала, где лексика отбирается случайным образом из самых различных семантических областей при исследовании в области политической имиджелогии, рекламы, связей с общественностью целесообразно применить частный семантический дифференциал, который строится на основе узкого понятийного класса. Это позволяет проводить более тонкий семантический анализ, а получаемые факторные структуры интерпретировать как категориальную сетку данного понятийного класса.

Семантическое шкалирование позволяет оценить не столько само понятие, сколько восприятие испытуемыми стоящей за ним реальности, поскольку ответы испытуемого". оказываются весьма относительно связанными со значением слова в том смысле, в каком его принято толковать в семантике. Слово как бы погружается испытуемым в некий глубинный контекст; на глазах экспериментатора происходит осмысление и оценка стоящего за ним представления в воображении информанта".

Понятно, что семантические пространства являются адекватной моделью психологической реальности только в том случае, когда сама система шкал образована релевантными признаками, причем не только исследуемой реальности, но и испытуемым. Такие шкалы могут быть получены с помощью предварительного проведения ассоциативного эксперимента и техники репертуарных решеток.

Основная схема экспериментальной ситуации заключается в том, что испытуемый должен разместить (прошкалировать) тестируемый объект (например название фирм или товаров) по градуированным шкалам, задаваемым антонимичными прилагательными типа "сильные - слабые", "далекие - близкие" и т.д., в соответствии со своей субъективной оценкой значения этого слова. Шкалирование по отдельной шкале состоит в том, что испытуемый, оценивая объект, размещает его между двумя полюсами шкалы. Таким образом, исследуемому понятию фактически приписывается значение оцениваемого признака по определенной (чаще семибальной) шкале.

Обработка полученных данных включает оценку первичных статистик, сравнение различий в выраженности признака, факторный и кластерный анализ. Статистическая процедура факторного анализа используется для выявления небольшого числа латентных конструктов, определяющих восприятие объекта исследования. Данный вид статистического анализа дает возможность получить не только содержательно и количественное описание образа. Благодаря этому возможен переход от большого количество признаков к более емким категориям, какими являются выделенные факторы. Происходит "сжимание" данных, шкалы группируются в факторы, которые, сами будучи не осознанными, определяют восприятие. Содержание фактора можно рассматривать как инвариант содержания входящих в него признаков. Семантическое пространство восприятия объекта (политического деятеля, организации или товара) в таком случае будет геометрически представлено мерным пространством, в котором осями являются выделенные факторы.

Результатом применения семантического дифференциала является описание основных векторов (осей), по которым "движется" индивидуальное сознание членов целевой аудитории при восприятии объекта. Знание таких векторов позволяет использовать в маркетинговых коммуникациях внутренний "язык" целевой аудитории, находить те признаки, которые сделают бренд не только уникальным, но и значимым, создать эффективный рекламные сообщения, выстраивать необходимый имидж.

**Инструкция:**

"Оцените, пожалуйста, интерьер, в котором вы сейчас находитесь. с помощью приведенных ниже пар прилагательных. Эти пары прилагательных выражают качественно противоположные характеристики оцениваемого понятия. Обведите цифру в кружок (из ряда 3210123), которая по-вашему мнению наиболее точно определяет степень выраженности каждой конкретной характеристики архитектуры города, при условии что 0 - качество не выражено, 1 - слабо выражено, 2 - средне выражено, 3 - сильно выражено".

**Оценка результатов.**

Оценки, данные по каждой шкале (паре противоположных эмоционально-оценочных прилагательных), переводятся в баллы. Если отметка испытуемого располагается между двумя пунктами шкалы, то берется промежуточное, дробное число баллов.

Далее вычисляется средняя оценка по всем десяти шкалам семантического дифференциала. Она и является количественной характеристикой общего эмоционального отношения испытуемого к тому явлению, к которому относятся полученные оценки.

Отношение считается положительным, если средняя оценка также положительная; отношение рассматривается как отрицательное, если соответствующая средняя оценка отрицательная.

Сила эмоционального отношения, соответственно, отражается в абсолютной величине полученной средней оценки.

# 2.2.3 Метод рисунка

Как отмечает В.Ф. Петренко, носителями индивидуальных значений, наряду со структурами естественного языка, выступают невербальные системы (рисунки, схемы, символы).

Осуществленный нами преимущественно на материале отечественной психологии обзор исследований, выполненных с применением метода рисунка, показал, что данный метод использовался по большей части при изучения мышления, опосредованной памяти, аффективно-личностной сферы. Впервые метод пиктограмм (ставший впоследствии классическим вариантом этого метода) использовался А.Р. Лурией и имел своей целью выявление индивидуальных особенностей образных представлений вербального материала и продуктивности опосредованного запоминания.

Возможность исследования с помощью метода рисунка особенностей функционирования системы "слово - образ", а также то обстоятельство, что построение образа, пригодного для запоминания, является следствием творческого активности мышления, в котором отражается его индивидуальная структура", определили активное использование в дальнейшем этого метода в исследованиях мышления как в норме. Так, использование метода рисунка в изучении мышления (в норме) в целом основано на признании существования образных эквивалентов понятия (концепта). Например, эмпирические изыскания, выполненные в рамках школы Л.М. Веккера, имеют своим результатом, в частности, выявление феномена словесно-образного перевода.

Таким образом, одним из достоинств метода рисунка, используемого при исследовании мышления и различных особенностях представления, является то, что он дает возможность изучать образные структуры понятийной мысли, образные компоненты, подвергшиеся осмыслению со стороны субъекта и воспроизводящие объект в наиболее существенных для полноты его понимания характеристиках. Однако некоторые особенности метода рисунка (специфика деятельности испытуемого, возможность расширенной интерпретации рисунка) приближают его к проективным методикам.

Поскольку принципиальная особенность метода рисунка состоит в том, что используемые в ней знаки не связаны со звучанием слова, но выражают его смысл, применение этого метода дает возможность осуществлять качественный анализ собственно психологического содержания внутренней репрезентации психических явлений, свободной от вербальной трансформаций.

Несмотря на свою давнюю историю, по сути, рисунок - это изображение, выполненное от руки с помощью пишущего средства. Рисунок содержит не логические выводы, а смысл изображенного, отношение к внутреннему и внешнему миру самого рисовавшего, его логический опыт и переживания. Так, "способ создания рисунка не имеет особого значения, поскольку все рисунки открывают дорогу к психике или к психической реальности каждого человека". Они являются одними из наиболее эффективных инструментов исследования особенностей представлений о будущем и одновременно легкодоступными.

Испытуемым предлагалась следующая инструкция: "Сядьте поудобнее. И нарисуйте интерьер, в котором вы сейчас находитесь".

Г.Т. Хоментаускас выделяет следующие достоинства метода рисунка:

1. Процесс рисования оказывает исключительное растормаживающее действие на респондента, уменьшает напряжение, возникающее при психологическом обследовании, способствует установлению эмоционального контакта с испытуемым.

2. Рисунки удобны в применении: во-первых, испытуемый как бы сам фиксирует свои действия при помощи карандаша, движения мысли. Это дает возможность психологу больше обращать внимание на изменения эмоционального состояния исследуемого, отмечать особенности процесса рисования.

3. Рисуночные методики - высокоинформативное средство познания личности респондента, отражающее то, как он воспринимает себя и других, какие чувства он переживает.

4. Процесс рисования особенно при изображении значимых для испытуемого ситуаций, обладает психотерапевтическом действии. В рисунке он как бы избавляется от личного напряжения, проигрывает возможные решения ситуаций.

Что касается недостатков метода рисунка, то к ним можно отнести необходимость наличия опыта их детального изучения, а также критического осмысливания принципов интерпретации рисунков.

### 

# 2.2.4 Метод конструирования ментальных карт

Метод конструирования ментальных карт используется для исследования образов пространства. Напомним, что ментальная карта - это картографическое отображение усредненных пространственных знаний и представлений группы людей, объединенных общим местом проживания, об окружающей их географической среде.

Цель: исследовать индивидуальные ментальные карты пространства респондентами.

Инструкция: "Перед вами лист бумаги. Вам необходимо изобразить пространство интерьера".

### 

# 2.2.5 Метод незаконченных предложений

Как отмечает С.Ю. Жданова, среди методов, позволяющих изучать нерефлексивный уровень мышления, достаточно распространенным является метод незаконченных предложений или ситуаций.

С.Ю. Жданова приводит в качестве подтверждения следующие примеры. С целью выявления механизмов каузальной атрибуции А.Н. Онучин просил респондентов завершить небольшие рассказы, в которых описывались ситуации трех типов: ситуации, имеющие отношение к учебной деятельности; ситуации интимно-личностного общения; ситуации, касающиеся особенностей взаимодействия с родителями. Метод незаконченных предложений был применен также в исследовании В.А. Володарской. Для изучения представлений о современном российском ученом участникам опроса предлагалось закончить две фразы: "Я считаю, что большинство россиян думают о современном российском ученом следующее…" и "По моему мнению, большинство россиян относятся к ученым в условиях современного развития науки в России следующим образом…".

В нашей работе с целью исследования особенностей восприятия интерьера можно предложить студентам продолжить фразы: "Интерьер - это…" и завершить персонифицированное предложение "Интерьер для меня - это…".

К достоинствам метода незаконченных предложений можно отнести, тот факт что данный метод представляет собой способ самопрезентации личности и ее представлений, опосредованный в тексте (Петровская Л.А., Полякова Э.Н., 1999).

Недостатками метода незаконченных предложений или ситуаций, как и метода свободного самоописания, являются влияние лингвистических способностей испытуемых, их образовательного и культурного уровня развития, социальной желательности, что необходимо учитывать при интерпретации результатов, а также трудоемкость обработки результатов, необходимость экспертной оценки.

Метод незаконченных предложений относится к вербальным проективным тестам. Для некоторых из них характерно использование различных стимулов неопределенного характера, минимально ограничивающих испытуемого в его реакциях. Предполагается, что при этом возникает своеобразный эффект экрана, когда человек как бы "проецирует" свои внутренние личностные особенности вовне под воздействием этих стимулов. Иными словами, в неопределенной ситуации человек прибегает к наиболее привычным для него формам поведения. Таким образом, этот метод является адекватным для раскрытия субъективного компонента речевого расстройства. Весьма важным обстоятельством, в частности при обследовании детей, является отсутствие прямого обращения с тем или иным вопросом, воспринимаемым зачастую ребенком как своеобразный заказ или даже требование нужного ответа. Ситуация как бы необязательности, свободы поведения позволяет испытуемому проявить себя наиболее полно. Предполагается также, что проективные методики наиболее эффективны для обнаружения неосознаваемых сторон личности.

Процедура исследования заключается в том, что испытуемым предлагается на специальном бланке в письменной форме завершить все предложения по возможности быстро. Во время опроса при групповом обследовании испытуемые располагались в помещении таким образом, чтобы был исключен взаимный обмен информацией о характере и способах работы с методикой. При необходимости каких-либо пояснений технического характера эти пояснения даются индивидуально каждому испытуемому, но при этом должна быть исключена интерпретация возможного продолжения предложения. Всякий раз испытуемому даются пояснения, что он должен самостоятельно решить, как ему выполнить задание.

При отказе завершить предложение со ссылкой, например, на отсутствие у испытуемого жизненного опыта на заданную началом предложения тему, недопустимо использовать разъяснение с помощью примеров или аналогий, поскольку это противоречит характеру метода.

# Заключение

Влияние интерьера на человека на современном этапе оценивается очень высоко. Формирование интерьера решает не только сугубо специальные планировочные и стилистические задачи. Учитывая влияние интерьера на психические особенности человека, интерьер в котором длительное время находится человек является одной из активных факторов формирования и развития психики и психической деятельности горожан, чье воздействие пока тщательно не изучено, но неоспоримо.

Интересно отметить, на наш взгляд, что при проектировании интерьеров каждая ситуация (каждое здание) могли бы быть представлены в двух уровнях:

Первый - уровень собственно объективной ситуации, характеризующийся индивидуальностью всех или некоторых своих компонентов. Особенно сильно эта индивидуальность проявляется при сравнении нескольких ситуаций (нескольких проектных задач).

Второй - уровень ситуации деятельности, характеризующийся относительной неизменностью способов, осуществляемых дизайнером в ходе проектного моделирования. Задача профессиональной деятельности в связи с этим заключается в том, чтобы индивидуальный характер объектной ситуации получил бы адекватное выражение в ситуации деятельностной, т.е. нашел свое воплощение в способе решения проектной проблемы.

Эмпирических исследований по восприятию интерьера очень мало, современных исследований (за последние 5 лет) - вообще нет. При этом все исследователи подчеркивают важность и необходимость проведения исследований по восприятию интерьера. На наш взгляд, такая ситуация вызвана сложностью изучаемого объекта: так как интерьер по сути является междисциплинарным объектом, кроме этого отсутствует и хоть какая-нибудь методологическая база.

# Выводы:

1. Восприятие - это целостное отражение предметов, ситуаций, явлений, возникающих при непосредственном воздействии физических раздражителей на рецепторные поверхности органов чувств. К основным свойствам восприятия следует отнести следующие: предметность, целостность, структурность, константность, осмысленность, апперцепция, активность.

2. Все определения, дающие истолкование понятию "архитектура" могут быть сведены в три большие группы

архитектура как часть искусственной природы и особого рода среда деятельности человека;

двуедином характере архитектуры - и как часть природы и как среда деятельности человека;

архитектура как совокупность пользы, прочности и красоты.

3. Основные характеристик восприятия архитектурной среды:

архитектурная среда не имеет определенных, твердо фиксированных рамок во времени и пространстве;

архитектурная среда воздействует на все чувства, и информацию о среде мы получаем из сочетания данных всех органов;

архитектурная среда дает не только главную, но и периферийную информацию;

архитектурная среда содержит всегда больше информации, чем мы способны зарегистрировать и понять;

архитектурная среда воспринимается в тесной связи с практической деятельностью; восприятие связано с действием и наоборот;

архитектурная среда наряду с физическими и химическими особенностями обладает психологическими и символическими значениями;

архитектурная среда воздействует как единое целое.

4. В ходе анализа методов исследования восприятия архитектурной среды города его жителями, нами были выделены несколько методов:

метод свободного описания;

метод семантического дифференциала;

метод рисунка;

метод конструирования ментальных карт;

метод незаконченных предложений.

# Литература

1. Ананьев Б.Г. Сенсорно-перцептивная организация человека. // О проблемах современного человекознания. - СПб., 2000.
2. Андреева Г.М. Образ мира в структуре социального познания // Психологический журнал, 2005, №4. С.31-40.
3. Андреева Г.М. Психология социального познания. М., 1997.
4. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 1996.
5. Атлас по психологии / под ред. Гамезо М.В., Домашенко И.А. - М., 1999.
6. Воронец Л. А, Искусственное освещение в интерьере. - Стр-во и архитектура, 1971, № 12, с.4-8.
7. Дридзе Т.М. Язык и социальная психология. - М. 1980. С.135.
8. Жданова С.Ю. Интегральная индивидуальность как объект и субъект познания / Вестник Пермского государственного педагогического университета. Серия 1. Психология. № 1-2.2004. С.3-11.
9. Жданова С.Ю. Понимание как один из уровней познания индивидуальности /Молодежь России и Пермского края на рынке труда Материалы V межрегиональной научно-практической конференции, Пермь, 28 марта, 2006. Пермь, 2006. С.69-76.
10. Жданова С.Ю. Психология познания индивидуальности человека. - Перм. гос ун-т. Перм. гос. пед. ун-т; Ин-т психологии. - Пермь, 2005.
11. Калмыков А.А. Введение в экологическую психологию. - М., 1999.
12. Квасников И., Квасникова Р. Интерьер квартиры. - В кн.: Вещи вокруг нас. М.: Знание, 1964, с.175-217.
13. Кельмович М. Дизайн дома и квартиры. Психология современного интерьера. - М., 2008.
14. Лекции по методике конкретных социальных исследований / под ред. Андреевой Г.М.М., 1972.
15. Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения: В 2-х т.М., 1983.
16. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. - М, 2003. С 217
17. Лисициан М.В., Новикова Е.Б., Петунина 3.В. Интерьер общественных и жилых зданий. - М.: Стройиздат, 1973. - 238 с.
18. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. - М., 1982.
19. Майерс Д. Социальная психология. СПб., 1998.
20. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. - СПб, 2004.
21. Митина О.В., Михайловская И.Б. Факторный анализ для психологов. - М., 2001. С.5
22. Палладио А. Четыре книги об архитектуре. - М. 2006.
23. Панферов В.Н. Восприятие и интерпретация внешности людей // Вопросы психологии, 1974. №2. с.59-65.
24. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. - Смоленск, 1997. С.98.
25. Портогези П. Жить на земле. - М., 2004.
26. Психология восприятия / отв. Ред. Б.Ф. Ломов и др., М., 1989.
27. Рейковский Я.Р. Экспериментальная психология эмоций. - М., 1976.
28. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. - СПб., 1999.
29. Сергеев И.С. Семантика архитектурного пространства. - М., 2007.
30. Серкин В.П. Методы психосемантики. - М., 2004.
31. Соловьев С.П., Астрова Г.Е. Цвет в интерьере общеобразовательных школ. - М.: Искусство, 1973. - 327 с.
32. Степанов В.В., Иванова Г.И., Нечаев Н.Н. Архитектура и психология. М., 1993.
33. Степанов В.В. Цвет в интерьере. - М., 2007.
34. Человек. Среда. Общение (сборник статей) / под ред. Миккина Х. Таллин, 1980.
35. Черноушек М. Психология жизненной среды. М., 1989.
36. Шарун Г. Органическое строительство - М., 2004.
37. Штейнбах Х.Э. Экологическое сознание. // Образование и молодежная политика России. Материалы научно-практической конференции. СПб., 2002.
38. Штейнбах Х.Э. Средовой подход и проблемы психологии // Психолого-педагогические проблемы развития личности: Тезисы докладов межвузовской научной конференции. СПб., 1999.
39. Экологическая психология. Тезисы 1-й российской конференции. М., 1996.