

УДК 159.9

ВЛИЯНИЕ АРТ ОБЪЕКТОВ НА ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ЗРИТЕЛЯ

*Куделькина П.С.
Россия, Санкт-Петербург
Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена .
pokudelkina@gmail.com*

В статье рассматривается влияние 5 арт объектов, созданных в рамках проекта «Спектр смысла жизни», которые содержат в себе символику смысла жизни согласно концепции логотерапии Виктора Франкла, а также определенное цветовое решение, согласно теории влияния цвета. В статье приводится оценка влияния арт объектов на случайного, неподготовленного зрителя разного возраста, профессиональной деятельности и увлечений, выявление положительных и отрицательных тенденций и сравнение результатов исследования с ожидаемым влиянием арт объектов на эмоциональное состояние человека. Для исследования влияния арт объектов использовалась методика САН, опрос проводился до и после осмотра арт объекта, для каждого арт объекта выявлены и представлены в данной статье шкалы, по которым влияние оказано на наибольшее количество опрошенных. Подробно в данной статье рассматривается арт объект «Творчество» (обсуждение результатов по остальным объектам можно увидеть на сайте автора).

Ключевые слова: психологическое воздействие цвета, логотерапия, эмоция, искусство, смысл жизни, самочувствие, активность, настроение, САН.

Введение.

Реализация проекта «Спектр смысла жизни» началась в июне 2013 года в резиденции для художников Spark Box Studio (www.sparkboxstudio.com) в Канаде. Каждый арт объект создавался с интуитивным пониманием образов, стремящихся к жизни. В основе такого подхода лежит логотерапия В. Франкла [8]. Однако, логотерапия апеллирует не к отвлеченно философскому понятию «смысла жизни», а к потенциальному смыслу, присутствующему в жизни от момента к моменту, специфическому смыслу жизни данного человека в данный момент. Также была использована теория цвета, согласно которой каждый простой цвет оказывает психологическое и физиологическое влияние на человека [1-3,5,7].

- Красный активизирует все функции организма, увеличивает мышечное напряжение, повышает давление и ускоряет ритм дыхания. Сначала радует после определенного момента вызывает агрессию, раздражение, может вызвать истощение.
- Оранжевый цвет производит тонизирующий эффект, дает энергию, воздействие этого цвета схоже с красным, но мягче; мягкие оттенки оранжевого благоприятно влияют на работоспособность, цвет очищает людей от негативных ощущений, помогает принять тяжелые события в жизни, помогает простить, рекомендуется при апатии и скуке.
- Желтый оказывает наиболее физиологичное тонизирующее влияние, стимулирует зрение и нервную деятельность, активизирует работу головного мозга, при этом не утомляет; это цвет толерантности
- Сочетание желто-зеленого и оранжевого снимает умственное утомление, активизирует нестандартность мышления, способствует установлению дружеской атмосферы.
- Зеленый цвет относится к физиологичным, оказывает освежающее и одновременно успокаивающее действие на весь организм, его действие прямо противоположно красному цвету; этот цвет успокаивающе действует на нервную систему, снимает головную боль, усталость, раздражительность, снижает кровяное давление.
- Голубой - успокаивающий цвет, который способствует снижению мышечного напряжения, понижению кровяного давления, температуры тела, замедлению ритма дыхания; он освежает, настраивает на терпение и даже снижает аппетит; также голубой цвет способствует лучшему усвоению информации и установлению дружеских взаимоотношений.

- Синий - обладает успокаивающим действием, но способствует торможению функций физиологических систем человека, рассеивает внимание, снижает работоспособность.
- Фиолетовый - улучшает работу сердца и легких, увеличивает выносливость организма, благоприятно воздействует на творческих людей, вызывает творческую активность, развивает воображение, в большом количестве может угнетать нервную систему, медитативный цвет.

Также при создании арт объектов использовалась цветология (наука о цвете), согласно книге В. М. Элькина «Театр цвета и мелодии ваших страстей» [6].

Задачи и цель исследования.

Основная цель исследования – определить соответствует ли реальное влияние каждого из арт объектов на эмоциональное состояние зрителя предполагаемому при создании.

Основными задачами исследования были:

1. выяснить, оказывают ли арт объекты влияние на эмоциональное состояние человека;
2. какого влияния арт объекты оказывают больше, положительного или отрицательного;
3. выявить шкалы, по которым влияние особо сильное для каждого из объектов.

Материал и методы исследования.

Для исследования влияния арт объектов на эмоциональное состояние зрителя использовалась методика САН [4]. Зритель заполнял опросник перед просмотром определенного арт объекта и после 5-15 минут осматривания арт объекта с двух сторон. Это позволило посчитать разницу между шкалами и средним баллом шкал до просмотра и после просмотра. Используя эти данные, можно говорить о влиянии арт объектов на состояние, активность и настроение зрителя, а также выявить шкалы, влияние по которым наиболее значительно. Перед объектом находилось от одного до трех человек за один сеанс. Исследование проводилось 7 сентября в рамках организованного Центральной Публичной Библиотекой им. Маяковского мероприятия «Парк интеллектуальных развлечений». Всего в рамках исследования было проведено 144 опроса. В исследовании приняли участие люди в возрасте от 5 до 82 лет (возраст в данном исследовании не ограничивался). Просмотры по возрасту разделились следующим образом: от 55 и выше - 17 просмотров, от 31 до 54 - 26, от 17 до 30 - 79, от 5 до 15 - 19. В исследовании участвовали люди разных профессий и интересов (также не ограничивался профессиональный выбор и выбор увлечений в тех случаях, когда профессия еще не выбрана). Всего в исследовании приняло участие 99 человек, из них 19 человек мужского пола и 80 человек женского пола. Таким образом, процент женского участия в исследовании - 81.

Арт объекты выполнены в смешанной технике - монотипия на шелке, ручная шелкография, нуно-войлок. Выбор такой техники обусловлен желанием отвлечь логический разум зрителя от смысла и цвета, чтобы избежать воздействия разумных стереотипов.

Описание арт объектов и их предполагаемого влияния на зрителя.

Арт объект под условным и первоначальным названием "Кофе".

Символы: движение рук, руки в различных положениях, солнце, рассвет.

Ожидаемое влияние: подобно влиянию кофе, дает энергию к жизни, надежду на успех, хорошее настроение, активность, агрессивное влияние на жизненную ситуацию с возможностью ее переломить, изменить.

Цвета: красный, желтый, оранжевый, теплый белый.

Арт объект под условным и первоначальным названиями "Спокойствие. Надежда. Ангелы". Символы: поднимающиеся вверх спящие ангелы, в расслабленной, скругленной форме; круги и шары, облака; стрелки, указывающие в центр; нечто абстрактное, белое, мягкое, круглых форм.

Ожидаемое влияние: ощущение спокойной гармонии и силы, устранение тревожности, спокойный сон, дающий интересные грезы, а после пробуждения силы жить, успокоение, мир с собой, прощение себя, жизнь с чистого листа.

Цвета: голубой, синий, белый, серый, немного красно-коричневого.

Арт объект под условным и первоначальным названием "Забота".

Символы: глаза, следящие за действиями, берущие на себя ответственность, угрожающий ритм, молнии, но за окном, мягкий силуэт человека; яблоки - фрукт, символизирующий заботу, безопасный дар, знания (безопасные за счет желтого цвета).

Ожидаемое влияние: ощущение внимательной слезки, освобождение от ответственности, решения, приходящее как бы извне, ощущение заботы, уверенности в опыте и знаниях, одобрение.

Цвета: сиреневый, фиолетовый, желтый, голубой, белый холодный.

Арт объект под условным и первоначальным названием "Целеустремленность".

Символы: солнце, рассвет-закат, карабкающиеся наверх фигуры, скала, освещенная светом, похожая на большое дерево, сочная зелень, гора, дом на вершине горы.

Ожидаемое влияние: стремление к любой цели, обретение абстрактного смысла, энергия для достижения цели, направленная энергия, надежда на будущее достижение результата, настрой на преодоление, борьбу, появление стратегического плана, обзор возможностей.

Цвета: желтый, оранжевый, зеленый, рыжий, коричневый, серый.

Арт объект под условным и первоначальным названием "Творчество".

Символы: дерево, листья, тонкие линии, струны, ветки, плоды, дерево зимой, но живое, динамичное.

Ожидаемое влияние: активация творческой энергии и воображения, сила и готовность к действию по созиданию или разрушению, динамика мыслей, появление идей.

Цвета: фиолетовый, сиреневый, желтый, красно-коричневый, розовый, голубой, синий, коричневый.

Результаты исследования и их обсуждение.

В данной статье приведено обсуждение результатов исследования по арт объекту «Творчество» (подробное обсуждение других арт объектов можно увидеть на сайте автора).

Арт объект "Творчество".

Количество опросов 29.

Общий средний балл уменьшился после осмотра у примерно 38% опрошенных.

Общий средний балл увеличился после осмотра у примерно 55 % опрошенных.

У примерно 7 % опрошенных просмотр не изменил общий средний балл.

Далее принимались в расчет те шкалы, влияние на арт объект по которым оказалось положительным или отрицательным для примерно половины опрошенных и более.

Соответствие ожиданий и результатов исследования по арт объекту «Творчество».

Арт объект повышал такую характеристику **самочувствия** как сила (шкала 2, «чувствую себя слабым - чувствую себя сильным»). Это ожидаемое влияние. У некоторых опрошенных было отмечено понижение таких характеристик самочувствия как работоспособность (шкала 7), расслабленность (шкала 13), что свидетельствует о противоречивости влияния арт объекта на некоторых людей.

Арт объект повышал такие характеристики **активности** как желание работать (шкала 22, «желание отдохнуть - желание работать») и внимательность (шкала 28, «рассеянный-внимательный»). Обе характеристики вписываются в концепцию повышающего творческий потенциал арт объекта, так как желание работать и внимательность необходимы во время творческой деятельности. Однако, арт объект увеличивал сонливость (шкала 21, «сонливый – возбужденный»), уменьшал подвижность (шкала 4, «малоподвижный – подвижный») и деятельность (шкала 10, «бездеятельный – деятельный»), что на первый взгляд противоречит концепции арт объекта, но такое влияние на часть опрошенных может быть объяснено индивидуальным восприятием фиолетового как медитативного цвета, кроме того, активному творческому процессу может предшествовать менее подвижный период «вынашивания» идей.

Арт объект не оказал влияния по характеристикам **настроения** на большее число опрошенных. Хотя шкалы 17 («унылый – восторженный») и 29 («разочарованный – полный надежд») были ожидаемы.

Таким образом, влияние арт объекта «Творчество» в большей степени положительно. Арт объект оказывает ожидаемое влияние в части появления творческих сил, желания работать и внимательности. Но исходя из результатов исследования арт объект вводит в состояние предшествующее собственно творческому процессу, состояние, когда у человека появляются силы и желание работать, но еще отсутствует план и идея (от которой он в восторге и преисполняется надеждами). Для выработки этого плана необходимо медитативное состояние, состояние менее возбужденное, но внимательное, менее подвижное и деятельное, но более сосредоточенное.

Шкалы методики САН для арт объекта «Творчество»: 2, 4(обратная), 10(обратная), 21(обратная), 22, 28.

Было посчитано, на сколько в среднем изменились показатели по шкалам арт объекта (в расчет принимались те опросы, по которым есть изменения):

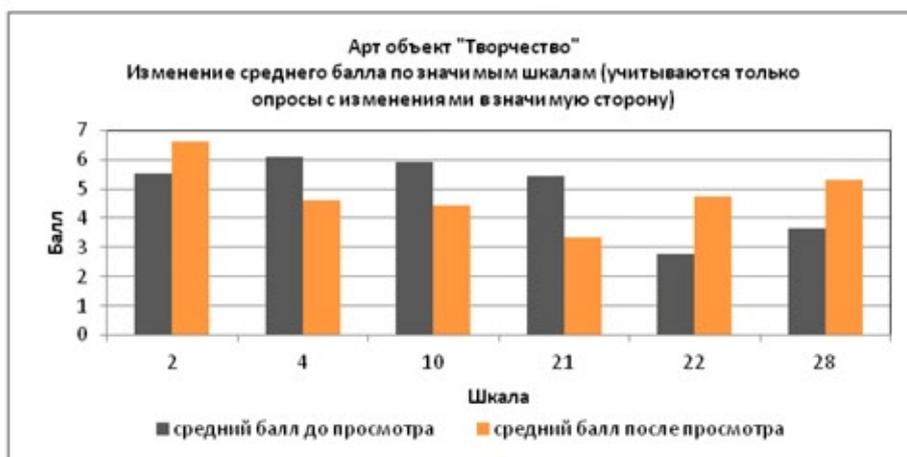
Шкала 2: положительный эффект на 1,36 балла. Шкала 4: положительный эффект (т.к. шкала обратная – уменьшение подвижности) на 1,73 балла. Шкала 10: положительный эффект (т.к. шкала обратная – уменьшение деятельности) на 1,8 балла. Шкала 21: положительный эффект (т.к. шкала обратная – уменьшение возбужденности) на 2 балла. Шкала 22: положительный эффект на 1,92 балл. Шкала 28: положительный эффект на 1,67 балл.

На приведенной ниже диаграмме проиллюстрирована глубина изменений по шкалам арт объекта (учитывались те опросы, по которым есть изменения).

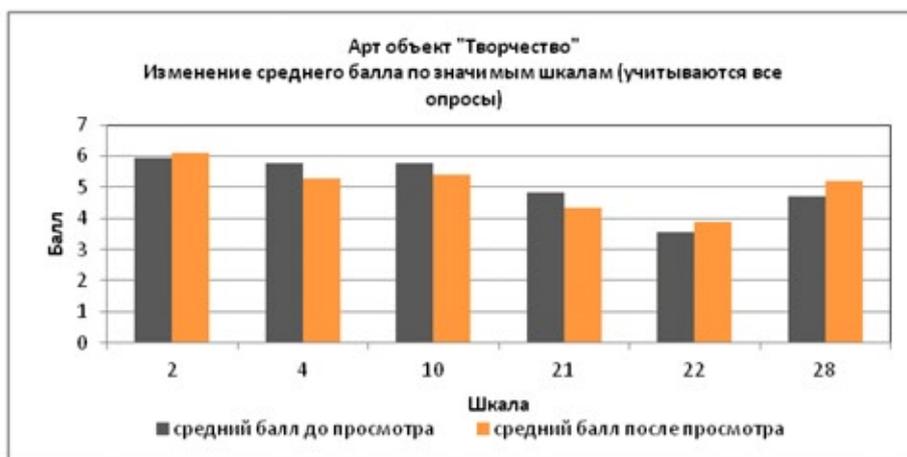
Таким образом, уменьшение возбужденности происходило на 2 балла в среднем – самый высокий показатель, но желание работать увеличивалось практически на 2 балла, уменьшение подвижности и деятельности сопровождается повышением внимательности и силы, но с меньшей глубиной, все это подтверждает у зрителя состояние предшествующее творческому процессу, состояние «вынашивания» идеи.

Затем было вычислено среднее изменение по шкалам арт объекта «Забота» (учитываются все опросы):

Шкала 2: +0,17. Шкала 4: -0,52. Шкала 10: -0,38. Шкала 21: -0,48. Шкала 22: +0,34. Шкала 28: +0,48.



На диаграмме ниже показана глубина изменений по шкалам арт объекта, учитывая и отрицательное, и положительное влияние, а также отсутствие влияния:



Таким образом, сила в среднем увеличилась с небольшой глубиной (так как среди опрошенных были люди, на которых арт объект повлиял отрицательно с большой глубиной (6 человек) и не повлиял совсем по данной шкале). Желание работать увеличилось с глубиной 0,34 балла, так как среди опрошенных было 8 человек оценивших изменение по этой шкале в сторону уменьшения с большой глубиной. Уменьшение подвижности и увеличение сонливости примерно на половину балла – одни из высоких показателей, однако, среди опрошенных присутствовали люди, на которых арт объект не повлиял по этим шкалам, либо повлиял в обратную сторону. Внимательность также повысилась примерно на половину балла (на 4 человек арт объект повлиял в обратную сторону). Бездеятельность увеличилась на 0,38 балла (5 человек отметило увеличение деятельности).

В целом можно сделать вывод о незначительном влиянии арт объекта на зрителя, однако, за отведенное для просмотра время (максимум 15 минут) большее влияние не ожидалось, кроме того, нельзя, по моему мнению, требовать от статичного визуального искусства очень глубокого влияния на случайного, неподготовленного человека.

Заключение.

Влияние по всем арт объектам исследования в большей степени положительное (исключая обратные шкалы, где отрицательное влияние ставилось задачей арт объекта).

Для арт объекта «Кофе» выявлены следующие шкалы: 1 («самочувствие плохое – самочувствие хорошее»), 3 («Пассивный – Активный»), 6 («Хорошее настроение – Плохое настроение»), 9 («Медлительный – Быстрый»), 17 («Восторженный – Унылый»), 21 («Сонливый – Возбужденный»), 30 («Довольный – Недовольный») и 23 (обратное влияние: «Спокойный – Озабоченный»). Выявленные шкалы полностью соответствуют ожидаемому влиянию, кроме того, выявлены шкалы, дополняющие положительное влияние (шкала 6 и шкала 17). Можно дополнить изначальное название для арт объекта – «Восторженный Кофе». Для арт объекта «Спокойствие. Надежды. Ангелы.» выявлены следующие шкалы: 3 (противоречивая: «Пассивный – Активный»), 7 (обратная: «Работоспособный – Разбитый»), 13 («Напряженный – Расслабленный»), 17 (отрицательная: «Восторженный – Унылый»), 19 («Отдохнувший – Усталый»), 20 (противоречивая: «Свежий – Изнуренный»). Арт объект освежает, уменьшает усталость, расслабляя зрителя, но не дает надежды и силы, объект противоречив в плане усиления активности зрителя, арт объект необходимо переименовать – «Свежесть и Расслабленность». Для арт объекта «Забота» выявлены следующие шкалы: 3(обратная: «Пассивный – Активный»), 6 («Хорошее настроение – Плохое настроение»), 9(обратная: «Медлительный – быстрый»), 10(обратная: «Бездеятельный – Деятельный»), 13 («Напряженный – Расслабленный»), 19 («Отдохнувший – Усталый»), 23 («Спокойный – Озабоченный»), 28 («Рассеянный – Внимательный»). Результаты исследования по арт объекту практически полностью совпадают с ожидаемыми, кроме дополнительного влияния по шкале 28, что является положительным влиянием, поэтому название арт объекта остается без изменений – «Забота». Для арт объекта «Целеустремленность» выявлены следующие шкалы: 5 («Веселый – Грустный»), 6 («Хорошее настроение – Плохое настроение»), 7 («Работоспособный – Разбитый»), 8 («Полный сил – Обессиленный»), 19 («Отдохнувший – Усталый»), 23(в обоих направлениях: («Спокойный – Озабоченный»), 26 («Бодрый – Вялый»). Данный арт объект не достаточно стимулирует активность зрителя, не дает надежды, оптимизма и увлеченности, но вызывает улыбку и поднимает настроение. Тем не менее арт объект увеличивает силу, бодрость и работоспособность. Новое название арт объекта – «Готовность к цели». Для арт объекта «Творчество» выявлены следующие шкалы: 2 («Чувствую себя сильным – Чувствую себя слабым»), 4(обратная: «Малоподвижный – Подвижный»), 10(обратная: «Бездеятельный-Деятельный»), 21(обратная: «Сонливый-Возбужденный»), 22 («Желание отдохнуть – Желание работать»), 28 (Рассеянный – внимательный»). Исходя из результатов исследования, кроме появления желания работать, внимательности и силы (что в целом может давать творческую активность), также, что несколько противоречиво, снижал деятельность и подвижность, в итоге арт объект можно переименовать в «Медитация. Творчество».

Средняя глубина влияния по всем арт объектам небольшая, но достаточно существенная, учитывая случайность участвовавших в исследовании людей. Таким образом, несомненно то, что арт объекты оказывают влияние на эмоциональное состояние случайного зрителя, кроме того, это влияние в большей степени положительно.

Литература.

1. Гилл М. Гармония цвета. Естественные цвета. - М: АСТ Астрель, 2006.
2. Кандинский В. О духовном в искусстве. – М: Книга по требованию, 2012.

3. Собчик Л. Н. «Метод цветowych выборов — модификация восьмицветового теста Люшера. Практическое руководство» — СПб.: Речь, 2007.
4. Тест дифференцированной самооценки функционального состояния / Доскин В.А., Лаврентьева Н.А., Мирошников М.П., Шарай В.Б. // Вопросы психологии. – 1973, – № 6. – С.141-145.
5. Цойгнер Г. Учение о цвете. – М: Издательство литературы по строительству, 1971.
6. Элькин В. М. «Театр цвета и мелодии Ваших страстей. Цветовая психология и психотерапия шедеврами искусства» — СПб.: ИД «Петрополис», 2005.
7. Fouad M. Music and Color Therapy - Scribd, 2010.
8. Frankl V.E. Man's Search for Meaning. - Washington Square Press, 1985.

INFLUENCE OF ART OBJECTS ON AN EMOTIONAL CONDITION OF THE SPECTATOR

Kudelkina P.C.

Russia, St.-Petersburg

Russian state pedagogical university by A. I. Herzen

pokudelkina@gmail.com

The article includes consideration of the influence of 5 art objects created within the project "Spectrum of meaning of life". Each of art objects contains the symbols of the meaning of life according to the concept of Viktor Frankl, as well as a certain color scheme, according to the theory of color effect. The article includes an assessment of the impact of the art objects on random, unprepared audience of all ages, professional activities and hobbies; identification of positive and negative trends and comparison the results of the research to the expected influence of art objects on the emotional state of a person. Method WAM (SAM) inquirer (methodology and diagnosis of well-being assessment (state of health), activity and mood) was used for the research of the impact of art objects on the emotional state of the viewer. Viewer completed inquirer before and after viewing certain art object. The article includes identifying the most affecting, significant scales (which had impact in positive or negative way for mostly of the respondents) for each art object. This article examines the art object "Creation" in detail (discussion of the results for the other objects can be seen on the author's website.)

Key words: psychological influence of color, logoterapia, emotion, art, sense of life, state of health, activity, mood, HAM.

Статья поступила в редакцию 15 декабря 2013 года

Статья принята к публикации 12 февраля 2014 года