

Объектные и субъектные подходы в психологии восприятия искусства: обзор эмпирических исследований

Леонова А.В.

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
(ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8248-3899>, e-mail: lanasobchak@gmail.com*

В статье представлен обзор исследований, посвященных психологии восприятия изобразительного искусства. Данное направление становится все более востребованным, как на теоретическом, так и на практическом уровнях. В теоретическом аспекте оно имеет значение в связи с усиливающимися тенденциями к изучению ценностных ориентиров, так как приобщение к искусству часто рассматривается среди высших в иерархии потребностей человека. С практической точки зрения психология восприятия искусства может иметь значение при использовании произведений изобразительного искусства в терапевтических целях, например в арт-терапии. В результате анализа современных зарубежных исследований в области психологии восприятия искусства автор данной статьи предлагает свою классификацию направления работ, включающую в себя два основных подхода — объектный и субъектный. Объектный подход близок к традициям, сложившимся в когнитивной психологии, и рассматривает закономерности обработки человеком получаемой эстетической информации, связанной с самим произведением искусства. В субъектном подходе внимание концентрируется на зрителе, тех его чертах и психологических особенностях, которые делают его эстетически отзывчивым. Отдельно в статье проводится разделение между изучением эстетических оценок зрителей и изучением их эстетических переживаний. В заключительной части статьи определяются принципы, согласно которым следует выбирать объектные и субъектные модели для применения в рамках практической психологии.

Ключевые слова: психология искусства, эстетическое восприятие, восприятие искусства, экспериментальная эстетика.

Для цитаты: Леонова А.В. Объектные и субъектные подходы в психологии восприятия искусства: обзор эмпирических исследований [Электронный ресурс] // Современная зарубежная психология. 2025. Том 14. № 1. С. 16–25. DOI: <https://doi.org/10.17759/jmfp.2025140102>

Object and Subject Approaches in the Psychology of Art Perception: A Review of Empirical Research

Anna V. Leonova

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8248-3899>, e-mail: lanasobchak@gmail.com

The article presents an overview of modern research on the psychology of perception of fine art. Recently, this area has become increasingly in demand both at the theoretical and practical levels. In the theoretical aspect, this direction is important in connection with the increasing trends for the study of value orientations since appreciation of art and beauty are often considered among the highest human values. From a practical point of view, it is important because of the usage of works of fine art for therapeutic purposes, for example, in art therapy. As a result of the analysis of modern foreign research in the field of art perception, author of this article offers classification of works in this field, which includes two main approaches — object and subject. The object approach is close to the traditions established in cognitive psychology and examines patterns of human processing of aesthetic information related to the work of art itself. In the subjective approach, attention is focused on the viewer him/herself, those psychological features that make him aesthetically responsive. Additionally, a division is made between the study of aesthetic evaluations and judgments of viewers and their aesthetic experiences. In the final part of the article, the author suggests principles according to which object and subject models should be chosen for use in practical psychology.

Keywords: psychology of art, aesthetic perception, perception of art, experimental aesthetics.

For citation: Leonova A.V. Object and Subject Approaches in the Psychology of Art Perception: A Review of Empirical Research [Electronic resource]. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya = Journal of Modern Foreign Psychology*, 2025. Vol. 14, no. 1, pp. 16–25. DOI: <https://doi.org/10.17759/jmfp.2025140102> (In Russ.).

Введение

Психология искусства является одной из наиболее активно развивающихся и разнообразных областей психологической науки. Искусство, в том числе живописные произведения, многие годы активно используются в терапевтических целях, о чем наглядно свидетельствует бурное развитие арт-терапии. Более того, арт-терапевтические методы используются в терапии детей, в том числе и даже дошкольного возраста [19]. Большую роль психология восприятия искусства и эстетики играет и при разработке различных визуальных продуктов (объектов дизайна или интерфейсов) [36]. Наконец, искусство и красота также являются важными жизненными ресурсами и даже описываются как факторы субъективного благополучия [12; 39].

Изучение закономерностей восприятия искусства может дать ответ на вопрос, в каких условиях приобщение к творчеству и красоте может иметь благотворное влияние на людей. Основная цель настоящего обзора — систематизировать подходы к изучению восприятия искусства, предложив их новую категоризацию. Анализ проводился преимущественно на материале исследований, посвященных восприятию визуального изобразительного искусства, а также дизайна интерьеров.

Несмотря на обилие подходов и методологий, существующих в рамках психологии восприятия искусства, все они могут быть разделены на две большие группы исследований, которые можно назвать объектными и субъектными. Главным критерием для категоризации в этом случае является то, на какой элемент в процессе восприятия искусства больше направлено внимание исследователя — на сам объект восприятия (картину, фотографию и т. д.) или на субъект восприятия — т. е. зрителя. Объектные и субъектные парадигмы также различаются по своему фокусу внимания: так, в рамках объектной парадигмы исследователи чаще обращают внимание на те оценочные суждения, которые формируются у испытуемых в результате созерцания предметов искусства. Такого рода оценочные суждения могут иметь разную степень экспертности, однако почти всегда группируются вокруг оценок по типу «нравится / не нравится» или «кажется красивым/некрасивым». Для субъектных же исследований такого рода оценки и параметры важны куда меньше; основной интерес здесь представляют эмоции, субъективный опыт, а также некоторые ценностные установки испытуемых. На наш взгляд, именно разное понимание того, на что именно стоит обращать внимание при изучении восприятия искусства, и служит основным источником противоречий в рамках этой области.

Ранние этапы изучения психологии восприятия искусства

Первые исследования психологии восприятия искусства относятся к еще к XIX веку. Одним из родо-

начальников этого подхода являлся Густав Теодор Фехнер, который создал новое направление в психологии — экспериментальная эстетика. В рамках своих экспериментов Фехнер пытался эмпирически показать, какие объективные свойства предметов (цвет, форма, размер, а также соотношение этих параметров) заставляют зрителя описывать их как красивые/эстетичные [13].

Важный вклад в психологию восприятия искусства на ранних ее этапах внес и Вильям Штерн. Активно интересуясь детской психологией, Штерн проводил эксперименты, связанные с изучением субъективных и объективных аспектов восприятия, в том числе и в работе с детьми. Согласно Штерну, субъективные и объективные тенденции могут обнаруживаться в разных областях психики — от психофизиологических реакций до суждений людей об их собственных отношениях к ощущениям.

Являясь создателем дифференциальной психологии, Штерн также задал парадигму личностных различий в восприятии разных стимулов, в том числе и визуальных/эстетических [1].

Объектные подходы

Объектные подходы сосредоточены на изучении тех физических свойств произведений искусства, которые делают их гармоничными в глазах зрителей (к таким свойствам могут относиться, например, композиция и колорит картины). Подобная постановка вопроса наиболее близка к такой области психологии, как экспериментальная эстетика. Главная задача экспериментальной эстетики заключается в том, чтобы «объяснить, как особенности того или иного объекта влияют на его эстетическую оценку или формирование симпатии к нему» [8]. Центральным понятием в этой дисциплине является эстетическая чувствительность, которая определяется как «отзывчивость к сенсорным характеристикам объектов» [9]. В основе большинства таких подходов лежит идея о существовании некоторых универсальных законов эстетического восприятия, мало зависящих от культуры, опыта и ряда других индивидуальных характеристик. Другими словами, они постулируют, что ряд свойств произведений изобразительного искусства воспринимается большинством людей примерно одинаково. До некоторой степени это утверждение можно считать верным — так, в обзорной работе 2018 года [10] авторы показывают, что, хотя переменные, связанные с личностью зрителя, могут оказывать значительное воздействие на его эстетические предпочтения, существует определенный набор свойств картины, таких как симметричность, соотношение форм, яркость, контрастность и прочие, которым люди склонны отдавать предпочтение вне зависимости от их культуры.

На сегодняшний день большинство законов визуального восприятия вообще (и художественного восприятия в частности) на первичном, сенсорном уровне, уже изучено. Однако остается довольно много

вопросов, связанных с дальнейшей когнитивной обработкой этой эстетической информации. Именно поэтому в рамках современных исследований объектный подход несколько трансформировался — ученые рассматривают уже не отдельные свойства произведений искусства, а то, как их сочетания приводят к определенным закономерностям обработки эстетической информации. Такой подход близок к когнитивистскому, и, по сути, рассматривает эстетическое восприятие как одну из разновидностей восприятия вообще. Ниже будут рассмотрены наиболее известные модели когнитивной обработки эстетической информации.

Некоторые авторы [19], указывали на сложность эстетического стимула как на источник его привлекательности для зрителя: более трудное и пристальное взаимодействие со стимулом повышает его привлекательность. Одновременно с этим другие авторы [26] доказывали обратное — люди склонны оценивать более эстетически привлекательными те объекты, которые являются им знакомыми и более простыми для восприятия. Отчасти это противоречие было разрешено при помощи более тщательного анализа того, каким образом происходит обработка эстетической информации разного типа — условно «легкой» и условно «сложной». Наибольший вклад в разрешение этого вопроса внесла модель «Интерес и удовольствие в эстетике» [15]. Ее авторы доказывают, что существуют разные типы положительных реакций на эстетические стимулы, которые как раз являются производными от степени их сложности. Вводя понятие беглости переработки стимула (т. е. сочетания простоты и скорости его обработки), авторы утверждают, что сложные стимулы провоцируют интерес, в то время как более простые — удовольствие. Чем сложнее стимул, тем менее бегло он перерабатывается, а значит, требует больше усилий от самого зрителя, тем самым подогревая его интерес. Если же стимул, наоборот, достаточно прост и его обработка протекает бегло, то восприятие будет более автоматическим, т. е. зритель будет как бы следовать за теми условиями, которые ему предлагает картина или фотография.

Еще одна трактовка, близкая к когнитивистскому направлению, была предложена в докторской диссертации Эстена Аксельссона [5]. Как и рассмотренные выше авторы, он предлагает собственную модель, описывающую механизм эстетического восприятия. Согласно ей эстетическое восприятие основано на взаимосвязи между количеством информации о стимулах и способностью людей обрабатывать эту информацию. Эта взаимосвязь приводит к информационной нагрузке, которая, в свою очередь, создает эмоциональные реакции на стимулы. Эстетическая оценка соответствует оптимальной степени информационной нагрузки. Первоначально оптимальная степень является относительно низкой, однако по мере того как индивид учится осваивать информацию в определенной области, степень допустимой информационной нагрузки, которая соответствует эстетическому восприятию, возрастает.

Важным положением в объектной парадигме восприятия искусства также является идея о том, что эстетические оценки формируются во многом благодаря системе когнитивного поощрения. Обработывая визуальную информацию, обладающую некоторой эстетической ценностью, когнитивные механизмы зрителя (внимание, мышление, память) адаптируются под нее потому, что это приносит некоторую выгоду, которую и называют поощрением. Некоторые авторы [6] предполагают, что таких систем поощрения при восприятии искусства существует две, и они разделены во времени: первая, более быстрая, приносит удовольствие на первичном, сенсорном, уровне; вторая же действует отложено и связана с ожиданиями зрителя (как она действует, ожидание оправдывается/не оправдывается...).

Значительная роль в когнитивной обработке эстетической информации отводится памяти. Как в рамках экспериментальных условий, так и в реальной жизни бывают ситуации, в которых людям предлагают для оценки ряд эстетически окрашенных стимулов, из которых нужно либо выбрать наиболее понравившийся, либо, к примеру, оценить их все с точки зрения эстетики. В таких случаях значительное влияние на оценку оказывают различные эффекты, связанные с работой памяти. Было установлено [24], что при последовательном предъявлении эстетических стимулов эффект запоминания действительно оказывает негативное влияние на оценки относительно красоты. При этом вариабельность оценок зависит от числа предъявляемых стимулов и их разнообразия.

Объектно-когнитивистский подход к изучению восприятия изобразительного искусства также зачастую предполагает разложение этого процесса на этапы. И хотя авторы научных публикаций выделяют различные этапы восприятия, общий принцип остается неизменным: сначала воспринимается визуальная информация (сенсорный уровень), и лишь затем к ней подключается когнитивная и эмоциональная обработка стимула. Одна из наиболее известных моделей эстетического восприятия была предложена в 2012 г. [20]. В ней автор предлагает к рассмотрению такое понятие, как эстетический опыт. Полноценный эстетический опыт включает в себя три этапа: первый этап — погружение — состоит из возбуждения органов чувств и привлечения внимания. Второй этап представляет собой освоение полученной на первом этапе информации, ее категоризацию. В контексте произведения искусства это также означает погружение в тот художественный мир, «вселенную», которая была создана автором картины. Наконец, на третьем этапе происходит эмоциональная оценка увиденного, и у зрителя может возникнуть чувство единения с эстетическим объектом. Другой наиболее известной моделью в этом направлении является пятифакторная модель эстетического восприятия Лидера [2]. По мнению автора, восприятие произведения визуального искусства состоит из пяти последовательных шагов. К ним отно-

сятся: перцептивный анализ, классификация в неявной памяти, явная классификация, когнитивное освоение, и, наконец, оценка увиденного. Помимо выделения этих пяти этапов, он также говорит о двух возможных видах результата обработки эстетической информации, а именно об эстетической эмоции и эстетическом суждении.

Другой взгляд на эстетическое восприятие предлагается в недавней обзорной статье [30]. Проанализировав большой объем других работ на тему восприятия красоты (не только в изобразительном искусстве, но и в ряде других категорий), авторы приходят к выводу, что восприятие красоты вообще (и искусства в частности) во многом происходит по тем же законам обработки информации, что и другие гедонистические процессы. Как вкус, запах, мелодия, так и визуальное изображение оцениваются как красивое или некрасивое, исходя прежде всего из гедонистических предпосылок. Однако авторы все же отмечают, что в случае оценки красоты значительную роль также играют и усвоенные ранее стандарты красоты, а значит, используя термины когнитивной психологии, в процессе формирования суждений о красоте играют роль как восходящие (анализ визуальных характеристик предлагаемого объекта), так и нисходящие (сформировавшиеся представления о красоте) процессы.

Обобщая существующие объектные подходы, можно сказать, что большинство из них изучают, какие свойства визуальной эстетической информации приводят к ее положительной оценке зрителями, и описывают это, чаще всего, в когнитивистских терминах, рассматривая этот процесс как частный случай обработки визуальной информации. Значительный вклад объектных исследований также состоит в последовательном описании процесса эстетического восприятия. Знание этапов эстетического восприятия может быть полезно в практической психологии, например, когда объект искусства используется для благотворного воздействия на человека и необходимо понять, в какой именно момент зритель начнет испытывать катарсис или другого рода эмоциональные переживания.

Субъектные подходы

Второй рассматриваемый подход к изучению восприятия искусства — субъектный — крайне широк и включает в себя множество более мелких подходов и парадигм. Основу его составляет фокус внимания на самом зрителе: тех факторах, связанных с его чертами, способностями и состояниями, которые и определяют его взаимоотношения с искусством. Такой взгляд лучше всего объясняет межличностные различия в реакциях на произведения искусства. Влияние разного рода личностных факторов на восприятие искусства также подтверждается рядом исследований мозговой активности. В частности, недавно полученные данные [29] свидетельствуют о том, что эстетическая оценка — это не четко локализованный в отдельных частях мозга процесс, действующий по принципу «сти-

мул—реакция», а общая система, сосредоточенная на мезолимбической цепи вознаграждения, в которой оценка того или иного визуального стимула определяется не только свойствами объекта, но и целым рядом других факторов, в том числе связанных с личностью самого воспринимающего субъекта. Список этих факторов очень обширен и может включать личностные свойства разной степени устойчивости (черты, диспозиции), способности, ценностные установки, образование и эстетический опыт. Более того, немалую роль могут играть и ситуационные состояния, в которых находится зритель на момент восприятия картины.

Наиболее очевидными факторами, имеющими влияние на межличностные различия в восприятии искусства, являются эстетический опыт человека и его знания. Зрителей, обладающих некоторыми искусствоведческими знаниями и определенного рода насмотренностью, т. е. опытом восприятия произведений визуального искусства (например при частом посещении музеев и арт-галерей), принято называть компетентными. Однако стоит отметить, что компетентность определяет лишь некоторые аспекты восприятия искусства: она значительно влияет на положительную оценку увиденного, но не оказывает влияния на интенсивность переживаемых эстетических эмоций. Так, было установлено, что компетентные зрители оценивали предложенные им произведения живописи более позитивно (т. е. как приятные, интересные или красивые) по сравнению с «обычными» зрителями [4]. Более того, значимость компетентности для восприятия искусства варьируется в зависимости от жанра и стиля демонстрируемого произведения. К примеру, некоторые сложные для восприятия типы искусства, такие как абстракционизм, гораздо чаще положительно оцениваются именно людьми, имеющими компетентность в этой области, чем «обычными» [16]. При этом даже небольшой период обучения теоретическим знаниям в области истории искусств улучшал понимание, а, вследствие этого, и оценку абстрактных работ [27]. Компетентность в искусстве может оказывать влияние не только на восприятие самих произведений искусства, но также и на оценку других объектов, тем самым даже формируя представления людей о красоте. Так, было установлено [37], что компетентность в живописи оказывает влияние на оценку внешности с точки зрения красоты: респонденты, имевшие художественное образование, чаще оценивали несимметричные лица как красивые. Таким образом, можно утверждать, что обучение искусству снижает неприятие асимметрии, тем самым делая критерии красоты более гибкими. К похожим выводам пришли и авторы другого исследования [38], изучавшие, как компетентность зрителей влияет на их оценку симметричности композиции картины. Результаты исследования показали, что, несмотря на тот факт, что симметричные изображения в целом оценивались как более приятные обеими группами испытуемых, именно среди компетентных испытуемых уровень предпочтения несимметричных изображений был значительно выше.

При этом наличие знаний или опыта далеко не всегда является ключевой характеристикой, определяющей вовлеченность человека в искусство и эстетику: важным теоретическим предположением для психологии восприятия искусства является допущение о существовании некоего устойчивого свойства (например личностной черты), которое определяет восприимчивость человека к искусству. Стоит отметить, что на данный момент нет одного устоявшегося термина, который бы описывал эту искомую психологическую характеристику; каждый исследователь в данной области формулирует собственное центральное понятие, а потому терминов, описывающих это качество, очень много: это и «вовлеченность в красоту» [11], и «эстетическое сопереживание» [7], и «восприимчивость к искусству» [35]. В данной статье при описании теории каждого автора будет использован именно тот термин, который он предложил; в остальных случаях будет применяться наиболее общий термин — «эстетическая отзывчивость».

Существует еще одна трудность, связанная с пониманием того, какое психическое явление отвечает за восприятие красоты/эстетики — исследователи пока так и не пришли к единому мнению, в чем именно оно себя обнаруживает. Два основных тренда в современной литературе таковы: часть исследователей рассматривают эстетическую отзывчивость больше как способность, другие — как личностную черту/диспозицию. Рассматривая эстетическую отзывчивость как способность, авторы чаще всего говорят о способности к эстетическому суждению. Сторонниками такого подхода являются французские исследователи Нильс Мышковский и Мартин Стром, рассматривающие эстетическую отзывчивость как способность оценивать художественную ценность стимулов, соотнося ее с общепринятым стандартом хорошего вкуса. В своей работе они исследуют [22] связь эстетической отзывчивости с интеллектом, креативностью, а также некоторыми видами личностной открытости (измерялась при помощи методики NEO PI-R). В результате исследователями была установлена корреляционная связь между интеллектом, креативностью и одной из субшкал открытости, а именно открытостью к эстетике. Говоря о способности к эстетическому суждению, также нельзя не обратить внимание на недавнее исследование [34], в котором проверялось, насколько универсальными могут быть эстетические оценки и от чего может зависеть отклонение от этой универсальной «нормальности» вкуса. Авторы измеряли средние данные по эстетическим оценкам (в спектре красиво/некрасиво) мелодий и изображений, а затем посчитали, насколько результат каждого конкретного испытуемого отличался от среднетипичного. Согласно полученным данным, типичность вкуса не является произвольной, а скорее в умеренной степени коррелирует с суждениями о музыке: люди, имеющие типичный вкус к изображениям, также, как правило, имеют типичный вкус и к мелодиям, что может свидетельствовать о том, что способность к эстетическому суждению может быть универсальной для

разных типов искусства. Подобный взгляд активно критикуется: противники трактовки эстетической отзывчивости как способности говорят о том, что, хотя и существуют некоторые общие закономерности визуального восприятия, объясняющие универсальность вкусовых предпочтений, само представление об «объективности» и «правильности» того или иного эстетического суждения несостоятельно. Так, в одном из исследований [3] критикуется нормативный подход к суждениям о красоте и гармонии; вместо этого авторы предлагают иное определение эстетической отзывчивости — они определяют ее как степень, в которой художественные свойства картины влияют на эстетические предпочтения. Другими словами, если то или иное произведение искусства привлекает человека в большей степени за счет своих художественных свойств (а не из-за сюжета, или, к примеру, некоторых социальных убеждений), то можно утверждать, что такой человек обладает высокой степенью эстетической чувствительности. Надо отметить, что Мышковский и Стром позднее выпустили свой комментарий [23] на эту статью, в котором критиковали психометрические подходы данного автора [3].

Второй значительный тренд в литературе связан с рассмотрением эстетической отзывчивости как устоявшейся личностной черты. Пионером такого подхода является Рейт Дисснер [11], предложивший свой термин — вовлеченность в красоту — который он определяет как устоявшееся личностное свойство, не сводящееся к другим чертам, знаниям или способностям. Этот термин описывает эстетическую отзывчивость к красоте не только искусства, но и природы, и даже к красоте идей. Важность этой теории также заключается в том, что она концентрируется не столько вокруг оценочных суждений зрителя, сколько на его переживаниях, причем рассматривает разные уровни, на которых это переживание может протекать. Автор выделяет три уровня проявлений вовлеченности в красоту: когнитивный, физический и эмоциональный. Другая трактовка эстетической отзывчивости как личностной черты была предложена в одной из недавних работ [35]. Как и Дисснер, ее авторы предполагают, что существует некое отдельное устойчивое личностное качество, не сводимое к другим качествам/чертам, которое и определяет отзывчивость человека к эстетике. Однако, в отличие от большинства других исследований в этой сфере, авторы данной работы не только сосредотачиваются на живописи, но предлагают такой конструкт эстетической отзывчивости, который фокусируется на искусстве вообще, включая в себя также музыку и поэзию. Экспериментальным путем авторы выявили три основных составляющих эстетической отзывчивости: интенсивность эмоционального переживания, склонность к творческой деятельности и способность формировать эстетические суждения.

В некоторых случаях эстетическая отзывчивость, хотя и не формулируется как отдельная устойчивая черта, все же и не описывается в парадигме способностей. В таких случаях, как правило, используется кор-

реляционная модель, когда реакция на эстетику в искусстве рассматривается через связь с другими чертами/свойствами личности. Такой подход, в частности, позволяет обосновать привлекательность некоторых «сложных» видов искусства для зрителя. Традиционные эволюционные теории чаще всего трактуют красоту как нечто «безопасное», «приятное», «знакомое» или «сексуально привлекательное», так как именно эти характеристики эволюционно способствовали выживанию и продолжению рода. Однако многие произведения искусства не удовлетворяют эволюционно обусловленным критериям красоты, тем не менее все равно привлекают многих зрителей. Для обоснования предпочтения такого рода произведений искусства исследователи обращаются к определенным личностным чертам, наличие которых помогает объяснить, почему для некоторых людей эволюционные механизмы восприятия красоты работают в меньшей степени. Так, в одной из статей 2003 года [25] авторы выделили ряд коррелятов, предсказывающих предпочтения «сложного» и «некрасивого» искусства. К этим предикторами относились такие личностные черты, как стремление к новым ощущениям (измерялось при помощи Шкалы поиска ощущений Цукермана, 1979), тяга к необычным переживаниям (Оксфордский-Ливерпульский опросник чувств и переживаний, 1995), а также психотизм (одна из шкал личностного опросника Айзенка, 1985). В другом исследовании [14] было установлено, что разные виды гибкости в ценностных ориентациях, например политический либерализм, положительно коррелировали с предпочтением абстрактного искусства. Это может объясняться тем, что абстрактное искусство провоцирует человека иметь дело с непривычным стимулом, поэтому разные виды гибкости и открытости, в том числе и в ценностных установках, могут служить коррелятами эстетической отзывчивости в этом конкретном случае. Более того, в рамках этого же исследования вновь была установлена важность открытости к новому опыту как предиктора эстетической отзывчивости: более высокий уровень личностной открытости предсказывал положительную оценку всех видов искусства, но особенно абстракционизма. Открытость новому опыту была также установлена как предиктор эстетической чувствительности, а также эстетической беглости [31] и в другой работе [28]. Влияние социальных установок зрителя на его оценку произведений искусства было описано в другой работе [21]. Ее результаты показали, что произведения искусства, приписываемые известным художникам, оцениваются выше, чем похожие работы малоизвестных мастеров: картины известных авторов нравились больше, оценивались как более интересные и красивые, и зрители даже были готовы заплатить большую сумму, чтобы их посмотреть. К похожим выводам пришли и другие авторы [32], экспериментально доказав, что произведения искусства, о которых участникам говорили, что они имеют высокую художественную ценность, чаще нравились, а те,

которые имели высокую денежную ценность, чаще выбирались как объект для инвестиций. Авторы также показывают, как установки относительно репутации авторов произведений и социальные факторы могут оказывать значительное влияние на формирование мнений в области искусства — к примеру, если испытуемые оказываются в ситуации, в которой они считают, что рядом с ними находятся эксперты в области искусства и арт-рынка, они более склонны доверять не своему вкусу, а экспертной оценке.

Субъектные подходы также активно используются для изучения восприятия эстетических свойств не только произведений искусства, но и декоративно-прикладных объектов, в том числе и в промышленном дизайне: в одних случаях авторы [17] при помощи индивидуальных различий объясняли, почему люди дают эстетическую оценку интерьеров, руководствуясь разными критериями (уют, гармоничность, богатство впечатлений). Похожие методики также используются для изучения влияния эстетических свойств интерьеров на эмоциональное состояние человека [36].

Главный вывод, который можно сделать исходя из анализа субъектных подходов, заключается в том, что, хотя компетентность в области изобразительного искусства и предсказывает его предпочтение, она не обуславливает интенсивность эмоциональной реакции. Эмпирические исследования свидетельствуют, что значительную роль в восприимчивости к искусству играют именно личностные качества, а не опыт или «насмотренность». Также важным вкладом субъектных исследований является определение набора коррелятов эстетического восприятия. Среди прочих черт, предсказывающих эстетическое восприятие, чаще всего называются открытость новому опыту и разные виды гибкости и стремления к новизне (от тяги к необычным переживаниям и поиска новых ощущений до политических установок по типу либерализма).

Заключение

В рамках данного обзора было выделено два больших направления, существующих в психологии восприятия искусства — объектный и субъектный. Объектный подход рассматривает произведения изобразительного искусства как некую особым образом организованную информацию, восприятие и дальнейшая обработка которой подчинены определенным схемам. В рамках объектного направления исследователей, как правило, интересуют те аспекты реакции человека, которые связаны с их эстетическими оценками произведений искусства (нравятся или не нравятся зрителям, кажутся ли гармоничными или нет), а также некоторые параметры, свидетельствующие об успешной обработке полученной визуальной информации (например такие, как беглость обработки стимула или способность категоризировать увиденную информацию).

В субъектном подходе центре внимания оказываются те свойства самого субъекта восприятия — зрителя, — которые заставляют его быть более отзывчивым к изобразительному искусству. К такого рода свойствам могут относиться как некоторые устойчивые характеристики личности (например личностные черты или диспозиции), так и некоторые ситуационные факторы (такие как настроение или эмоциональные состояния на момент восприятия картины). В этом случае исследователей уже гораздо чаще интересует интенсивность эмоционального переживания, испытываемого зрителями в момент их взаимодействия с искусством. При этом в рамках этого подхода оценки картин с точки зрения их «объективной» гармонии/красоты учитываются значительно в меньшей мере — как правило, важна лишь степень вовлеченности / эмоционального переживания зрителя.

Используя произведения искусства в психологических целях, важно понимать, какой тип реакций является интересующим в этом конкретном случае: так,

при создании объектов дизайна или интерфейсов большой интерес представляют оценочные реакции, а потому более подходящим будет объектный подход. В случае же использования произведений искусства как источника психологического ресурса, например в арт-терапии или в гуманистической психологии, акцент делается на переживании эстетического опыта, а значит, более уместным окажется применение субъектных подходов.

В дальнейшем может оказаться перспективным изучение тех аспектов психологии восприятия искусства, которые связаны со средовыми факторами восприятия (т. е. не зависящими напрямую ни от субъекта, ни от объекта, а связанные с самим контекстом восприятия), а также более подробное рассмотрение комбинированных моделей, сочетающих в себе субъектцентрированные и объектцентрированные подходы. Все вместе это позволит получить более полную картину процесса и факторов восприятия разных видов визуального искусства.

Литература

1. Штерн В. Дифференциальная психология и ее методологические основы. М.: Наука, 1998. 335 с.
2. A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments / H. Leder, B. Belke, A. Oeberst, D. Augustin // *British journal of psychology*. 2004. Vol. 95. № 4. P. 489—508. DOI:10.1348/0007126042369811
3. A new conception of visual aesthetic sensitivity / G. Corradi, E.G. Chuquichambi, J.R. Barrada, A. Clemente, M. Nadal // *British Journal of Psychology*. 2020. Vol. 111. № 4. P. 630—658. DOI:10.1111/bjop.12427
4. Augustin D., Leder H. Art expertise: A study of concepts and conceptual spaces // *Psychology Science*. 2006. Vol. 48. № 2. P. 135—156.
5. Axelsson Ö. Aesthetic Appreciation Explicated: Dr. Sci. (Psychology) diss. Stockholm, 2011. 41 p.
6. Brielmann A.A., Dayan P. Introducing a computational model of aesthetic value // *Psychological review*. 2021. 33 p.
7. Brinck I. Empathy, engagement, entrainment: The interaction dynamics of aesthetic experience // *Cognitive Processing*. 2018. Vol. 19. № 2. P. 201—213. DOI:10.1007/s10339-017-0805-x
8. Chamberlain R. The interplay of objective and subjective factors in empirical aesthetics // *Human Perception of Visual Information: Psychological and Computational Perspectives* / Eds. B. Ionescu, W.A. Bainbridge, N. Murray. Cham: Springer, 2022. P. 115—132.
9. Clemente A. Aesthetic sensitivity: Origin and development // *The Routledge International Handbook of Neuroaesthetics* / Eds. M. Skov, M. Nadal. New York, NY: Routledge, 2022. P. 240—253. DOI:10.4324/9781003008675
10. Cross-cultural empirical aesthetics / J. Che, X. Sun, V. Gallardo, M. Nadal // *Progress in Brain Research*. 2018. Vol. 237. P. 77—103. DOI:10.1016/bs.pbr.2018.03.002
11. Engagement with Beauty: Appreciating Natural, Artistic, and Moral Beauty / R. Diessner, R.D. Solom, N.K. Frost, L. Parsons, J. Davidson // *The Journal of Psychology*. 2008. Vol. 142. № 3. P. 303—332. DOI:10.3200/JRLP.142.3.303-332
12. Fancourt D., Finn S. What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review. Copenhagen: World Health Organization. Regional Office for Europe, 2019. 146 p.
13. Fechner G.T. *Preschool of aesthetics*. Leipzig: Breitkopf & Härtel, 1876. 283 p.
14. Feist G.J., Brady T.R. Openness to experience, non-conformity, and the preference for abstract art // *Empirical Studies of the Arts*. 2004. Vol. 22. № 1. P. 77—89. DOI:10.2190/Y7CA-TBY6-V7LR-76GK
15. Graf L.K.M., Landwehr J.R. Aesthetic pleasure versus aesthetic interest: the two routes to aesthetic liking // *Frontiers in Psychology*. 2017. Vol. 8. Article ID 15. 14 p. DOI:10.3389/fpsyg.2017.00015
16. Hekkert P., van Wieringen P.C.W. The impact of level of expertise on the evaluation of original and altered versions of post-impressionistic paintings // *Acta psychologica*. 1996. Vol. 94. № 2. P. 117—131. DOI:10.1016/0001-6918(95)00055-0
17. Individual differences in preference for architectural interiors / O. Vartanian, G. Navarrete, L. Palumbo, A. Chatterjee // *Journal of Environmental Psychology*. 2021. Vol. 77. Article ID 101668. DOI:10.1016/j.jenvp.2021.101668
18. Inomjonovna R.I., Mahmadaliyevna D.C. Development of pedagogical technology of use of art therapy in preschool children // *Journal of new century innovations*. 2022. Vol. 11. № 2. P. 125—130.
19. Landwehr J.R., Labroo A.A., Herrmann A. Gut liking for the ordinary: Incorporating design fluency improves automobile sales forecasts // *Marketing Science*. 2011. Vol. 30. № 3. P. 416—429. DOI:10.1287/mksc.1110.0633

20. *Markovic S.* Components of aesthetic experience: aesthetic fascination, aesthetic appraisal, and aesthetic emotion // *i-Perception*. 2012. Vol. 3. № 1. P. 1—17. DOI:10.1068/i0450aap
21. *Mastandrea S., Crano W.D.* Peripheral factors affecting the evaluation of artworks // *Empirical Studies of the Arts*. 2019. Vol. 37. № 1. P. 82—91. DOI:10.1177/0276237418790916
22. *Myszkowski N., Çelik P., Storme M.* A meta-analysis of the relationship between intelligence and visual “taste” measures // *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. 2018. Vol. 12. № 1. P. 24—33. DOI:10.1037/aca0000099
23. *Myszkowski N., Çelik P., Storme M.* Commentary on Corradi et al.’s (2019) new conception of aesthetic sensitivity: Is the ability conception dead? // *British Journal of Psychology*. 2020. Vol. 111. № 4. P. 659—662. DOI:10.1111/bjop.12440
24. *Pombo M., Brielmann A.A., Pelli D.G.* The intrinsic variance of beauty judgment // *Attention, Perception, & Psychophysics*. 2023. Vol. 85. № 4. P. 1355—1373. DOI:10.3758/s13414-023-02672-x
25. *Rawlings D.* Personality correlates of liking for ‘unpleasant’ paintings and photographs // *Personality and Individual Differences*. 2003. Vol. 34. № 3. P. 395—410. DOI:10.1016/S0191-8869(02)00062-4
26. *Reber R., Schwarz N., Winkielman P.* Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver’s processing experience? // *Personality and social psychology review*. 2004. Vol. 8. № 4. P. 364—382.
27. *Schimmel K., Förster J.* How temporal distance changes novices’ attitudes towards unconventional arts // *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. 2008. Vol. 2. № 1. P. 53—60. DOI:10.1037/1931-3896.2.1.53
28. *Silvia P.J.* Knowledge-based assessment of expertise in the arts: Exploring aesthetic fluency // *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. 2007. Vol. 1. № 4. P. 247—249. DOI:10.1037/1931-3896.1.4.247
29. *Skov M.* Aesthetic appreciation: The view from neuroimaging // *Empirical Studies of the Arts*. 2019. Vol. 37. № 2. P. 220—248. DOI:10.1177/0276237419839257
30. *Skov M., Nadal M.* The nature of beauty: Behavior, cognition, and neurobiology // *Annals of the New York Academy of Sciences*. 2021. Vol. 1488. № 1. P. 44—55. DOI:10.1111/nyas.14524
31. *Smith L.F., Smith J.K.* The nature and growth of aesthetic fluency // *New directions in aesthetics, creativity and the arts* / Eds. L.F. Smith, J.K. Smith. New York: Routledge, 2020. P. 47—58. DOI:10.4324/9781315224084
32. Social reputation influences on liking and willingness-to-pay for artworks: A multimethod design investigating choice behavior along with physiological measures and motivational factors / B.T.M. Spee, M. Pelowski, J. Arato, J. Mikuni, U.S. Tran, C. Eisenegger, H. Leder // *PLoS One*. 2022. Vol. 17. № 4. Article ID e0266020. 30 p. DOI:10.1371/journal.pone.0266020
33. *Sutcliffe A.* Designing for user engagement: Aesthetic and attractive user interfaces. Springer Nature, 2010. 47 p.
34. Taste typicality» is a foundational and multi-modal dimension of ordinary aesthetic experience / Y.C. Chen, A. Chang, M.D. Rosenberg, D. Feng, B.J. Scholl, L.J. Trainor // *Current Biology*. 2022. Vol. 32. № 8. P. 1837—1842. DOI:10.1016/j.cub.2022.02.039
35. The Aesthetic Responsiveness Assessment (AReA): A screening tool to assess individual differences in responsiveness to art in English and German / W. Schlotz, S. Wallot, D. Omigie, M.D. Masucci, S.C. Hoelzmann, E.A. Vessel // *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. 2021. Vol. 15. № 4. P. 682—696. DOI:10.1037/aca0000348
36. The emotional influence of different geometries in virtual spaces: A neurocognitive examination / A. Shemesh, G. Leisman, M. Bar, Y.J. Grobman // *Journal of Environmental Psychology*. 2022. Vol. 81. Article ID 101802. 24 p. DOI:10.1016/j.jenvp.2022.101802
37. The role of art expertise and symmetry on facial aesthetic preferences / L.C.P. Monteiro, V.E.F. Nascimento, A. Carvalho da Silva, A.C. Miranda, G.S. Souza, R.C. Ripardo // *Symmetry*. 2022. Vol. 14. № 2. Article ID 423. 16 p. DOI:10.3390/sym14020423
38. *Weichselbaum H., Leder H., Ansorge U.* Implicit and explicit evaluation of visual symmetry as a function of art expertise // *i-Perception*. 2018. Vol. 9. № 2. Article ID 2041669518761464. DOI:10.1177/2041669518761464
39. *Westgate E.C., Oishi S.* Art, music, and literature: Do the humanities make our lives richer, happier, and more meaningful? // *The Oxford handbook of the positive humanities* / Eds. L. Tay, J.O. Pawelski. Oxford: Oxford University Press, 2021. P. 85—96.

References

1. Shtern V. *Differentsial’naya psikhologiya i ee metodologicheskie osnovy* [Differential psychology and its methodological foundations]. Moscow: Nauka, 1998. 335 p. (In Russ.).
2. Leder H., Belke B., Oeberst A., Augustin D. A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments. *British journal of psychology*, 2004. Vol. 95, no. 4, pp. 489—508. DOI:10.1348/0007126042369811
3. Corradi G., Chuquichambi E.G., Barrada J.R., Clemente A., Nadal M. A new conception of visual aesthetic sensitivity. *British Journal of Psychology*, 2020. Vol. 111, no. 4, pp. 630—658. DOI:10.1111/bjop.12427
4. Augustin D., Leder H. Art expertise: A study of concepts and conceptual spaces. *Psychology Science*, 2006. Vol. 48, no. 2, pp. 135—156.
5. Axelsson Ö. *Aesthetic Appreciation Explicated*. Dr. Sci. (Psychology) diss. Stockholm, 2011. 41 p.

6. Briellmann A.A., Dayan P. Introducing a computational model of aesthetic value. *Psychological review*, 2021. 33 p.
7. Brinck I. Empathy, engagement, entrainment: The interaction dynamics of aesthetic experience. *Cognitive Processing*, 2018. Vol. 19, no. 2, pp. 201—213. DOI:10.1007/s10339-017-0805-x
8. Chamberlain R. The interplay of objective and subjective factors in empirical aesthetics. In Ionescu B., Bainbridge W.A., Murray N. (eds.), *Human Perception of Visual Information: Psychological and Computational Perspectives*. Cham: Springer, 2022, pp. 115—132.
9. Clemente A. Aesthetic sensitivity: Origin and development. In Skov M., Nadal M. (eds.), *The Routledge International Handbook of Neuroaesthetics*. New York, NY: Routledge, 2022, pp. 240—253. DOI:10.4324/9781003008675
10. Che J., Sun X., Gallardo V., Nadal M. Cross-cultural empirical aesthetics. *Progress in Brain Research*, 2018. Vol. 237, pp. 77—103. DOI:10.1016/bs.pbr.2018.03.002
11. Diessner R., Solom R.D., Frost N.K., Parsons L., Davidson J. Engagement with Beauty: Appreciating Natural, Artistic, and Moral Beauty. *The Journal of Psychology*, 2008. Vol. 142, no. 3, pp. 303—332. DOI:10.3200/JRLP.142.3.303-332
12. Fancourt D., Finn S. What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review. Copenhagen: World Health Organization. Regional Office for Europe, 2019. 146 p.
13. Fechner G.T. *Preschool of aesthetics*. Leipzig: Breitkopf & Härtel, 1876. 283 p.
14. Feist G.J., Brady T.R. Openness to experience, non-conformity, and the preference for abstract art. *Empirical Studies of the Arts*, 2004. Vol. 22, no. 1, pp. 77—89. DOI:10.2190/Y7CA-TBY6-V7LR-76GK
15. Graf L.K.M., Landwehr J.R. Aesthetic pleasure versus aesthetic interest: the two routes to aesthetic liking. *Frontiers in Psychology*, 2017. Vol. 8, article ID 15. 14 p. DOI:10.3389/fpsyg.2017.00015
16. Hekkert P., van Wieringen P.C.W. The impact of level of expertise on the evaluation of original and altered versions of post-impressionistic paintings. *Acta psychologica*, 1996. Vol. 94, no. 2, pp. 117—131. DOI:10.1016/0001-6918(95)00055-0
17. Vartanian O., Navarrete G., Palumbo L., Chatterjee A. Individual differences in preference for architectural interiors. *Journal of Environmental Psychology*, 2021. Vol. 77, article ID 101668. DOI:10.1016/j.jenvp.2021.101668
18. Inomjonovna R.I., Mahmadaliyevna D.C. Development of pedagogical technology of use of art therapy in preschool children. *Journal of new century innovations*, 2022. Vol. 11, no. 2, pp. 125—130.
19. Landwehr J.R., Labroo A.A., Herrmann A. Gut liking for the ordinary: Incorporating design fluency improves automobile sales forecasts. *Marketing Science*, 2011. Vol. 30, no. 3, pp. 416—429. DOI:10.1287/mksc.1110.0633
20. Markovic S. Components of aesthetic experience: aesthetic fascination, aesthetic appraisal, and aesthetic emotion. *i-Perception*, 2012. Vol. 3, no. 1, pp. 1—17. DOI:10.1068/i0450aap
21. Mastandrea S., Crano W.D. Peripheral factors affecting the evaluation of artworks. *Empirical Studies of the Arts*, 2019. Vol. 37, no. 1, pp. 82—91. DOI:10.1177/0276237418790916
22. Myszkowski N., Çelik P., Storme M. A meta-analysis of the relationship between intelligence and visual “taste” measures. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2018. Vol. 12, no. 1, pp. 24—33. DOI:10.1037/aca0000099
23. Myszkowski N., Çelik P., Storme M. Commentary on Corradi et al.’s (2019) new conception of aesthetic sensitivity: Is the ability conception dead? *British Journal of Psychology*, 2020. Vol. 111, no. 4, pp. 659—662. DOI:10.1111/bjop.12440
24. Pombo M., Briellmann A.A., Pelli D.G. The intrinsic variance of beauty judgment. *Attention, Perception, & Psychophysics*, 2023. Vol. 85, no. 4, pp. 1355—1373. DOI:10.3758/s13414-023-02672-x
25. Rawlings D. Personality correlates of liking for ‘unpleasant’ paintings and photographs. *Personality and Individual Differences*, 2003. Vol. 34, no. 3, pp. 395—410. DOI:10.1016/S0191-8869(02)00062-4
26. Reber R., Schwarz N., Winkielman P. Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver’s processing experience? *Personality and social psychology review*, 2004. Vol. 8, no. 4, pp. 364—382.
27. Schimmel K., Förster J. How temporal distance changes novices’ attitudes towards unconventional arts. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2008. Vol. 2, no. 1, pp. 53—60. DOI:10.1037/1931-3896.2.1.53
28. Silvia P.J. Knowledge-based assessment of expertise in the arts: Exploring aesthetic fluency. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2007. Vol. 1, no. 4, pp. 247—249. DOI:10.1037/1931-3896.1.4.247
29. Skov M. Aesthetic appreciation: The view from neuroimaging. *Empirical Studies of the Arts*, 2019. Vol. 37, no. 2, pp. 220—248. DOI:10.1177/0276237419839257
30. Skov M., Nadal M. The nature of beauty: Behavior, cognition, and neurobiology. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 2021. Vol. 1488, no. 1, pp. 44—55. DOI:10.1111/nyas.14524
31. Smith L.F., Smith J.K. The nature and growth of aesthetic fluency. In Smith L.F., Smith J.K. (eds.), *New directions in aesthetics, creativity and the arts*. New York: Routledge, 2020, pp. 47—58. DOI:10.4324/9781315224084
32. Spee B.T.M., Pelowski M., Arato J., Mikuni J., Tran U.S., Eisenegger C., Leder H. Social reputation influences on liking and willingness-to-pay for artworks: A multimethod design investigating choice behavior along with physiological measures and motivational factors. *PLoS One*, 2022. Vol. 17, no. 4, article ID e0266020. 30 p. DOI:10.1371/journal.pone.0266020
33. Sutcliffe A. *Designing for user engagement: Aesthetic and attractive user interfaces*. Springer Nature, 2010. 47 p.

34. Chen Y.C., Chang A., Rosenberg M.D., Feng D., Scholl B.J., Trainor L.J. «Taste typicality» is a foundational and multi-modal dimension of ordinary aesthetic experience // *Current Biology*. 2022. Vol. 32, no. 8, pp. 1837—1842. DOI:10.1016/j.cub.2022.02.039
35. Schlotz W., Wallot S., Omigie D., Masucci M.D., Hoelzmann S.C., Vessel E.A. The Aesthetic Responsiveness Assessment (AReA): A screening tool to assess individual differences in responsiveness to art in English and German. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2021. Vol. 15, no. 4, pp. 682—696. DOI:10.1037/aca0000348
36. Shemesh A., Leisman G., Bar M., Grobman Y.J. The emotional influence of different geometries in virtual spaces: A neurocognitive examination. *Journal of Environmental Psychology*, 2022. Vol. 81, article ID 101802. 24 p. DOI:10.1016/j.jenvp.2022.101802
37. Monteiro L.C.P., Nascimento V.E.F., Carvalho da Silva A., Miranda A.C., Souza G.S., Ripardo R.C. The role of art expertise and symmetry on facial aesthetic preferences. *Symmetry*, 2022. Vol. 14, no. 2, article ID 423. 16 p. DOI:10.3390/sym14020423
38. Weichselbaum H., Leder H., Ansorge U. Implicit and explicit evaluation of visual symmetry as a function of art expertise. *i-Perception*, 2018. Vol. 9, no. 2, article ID 2041669518761464. DOI:10.1177/2041669518761464
39. Westgate E.C., Oishi S. Art, music, and literature: Do the humanities make our lives richer, happier, and more meaningful? In Tay L., Pawelski J.O. (eds.), *The Oxford handbook of the positive humanities*. Oxford: Oxford University Press, 2021, pp. 85—96.

Информация об авторах

Леонова Анна Валентиновна, аспирант, департамент психологии, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8248-3899>, e-mail: lanasobchak@gmail.com

Information about the authors

Anna V. Leonova, PhD Student, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8248-3899>, e-mail: lanasobchak@gmail.com

Получена 10.11.2023

Received 10.11.2023

Принята в печать 26.06.2024

Accepted 26.06.2024