

**СМОЛОВА ЛИДИЯ ВЛАДИМИРОВНА**

кандидат психологических наук,

доцент кафедры консультативной психологии и психологии здоровья

Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы,

lidia\_smolova@mail.ru

**LIDIYA V. SMOLOVA**

*Cand.Sc. (Psychology), Associate Professor at the Department of Counseling and Health Psychology,  
of St. Petersburg State Institute of Psychology and Social Work*

УДК 159.9

**СМЫСЛ КРАСОТЫ ЧЕЛОВЕКА: ОСМЫСЛЕНИЕ ФЕНОМЕНА «КРАСОТА»  
В ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ КОНСУЛЬТИРОВАНИИ**

**THE MEANING OF BEAUTY: UNDERSTANDING OF THE BEAUTY  
PHENOMENON IN PSYCHOLOGICAL COUNSELING**

*Аннотация. В статье обсуждается содержательное наполнение феномена красота как междисциплинарной категории и как психологического феномена. Описывается субъективный взгляд на красоту, связанный с влиянием на человека гео-климатических условий, исторической эпохи, культуры, семейных традиций, личных взглядов, его способности и желания видеть прекрасное. Раскрывается объективный взгляд на красоту как явление, существующее вне субъективного суждения человека, представляющее собой свойство вышестоящей по отношению к нему системы (трансцендентное, космос, вселенная, Создатель и т. д.), которое может быть описано на математическом языке (в терминах порядка, симметрии, меры, пропорции, гармонии, баланса, соответствия, тайны, новизны). Рассматриваются темы, связанные с красотой в психологическом консультировании: чувство красоты, мысли о красоте, смыслы, сути красоты. Утверждается, что условием успешной работы во много является консультант, его зрелая профессиональная позиция, сформированная картина мира. Чем более глубокими, масштабными будут суждения консультанта о красоте, тем более высоким и цельным станет взгляд, который он может обсуждать с клиентом. Представление консультанта о красоте должно быть его осознанным ресурсом в психологическом консультировании.*

*ABSTRACT. This article deals with the content of the beauty phenomenon as an interdisciplinary category and as a psychological phenomenon. The subjective view on the beauty which is connected with the influence on the person of geo-climatic conditions, historical era, culture, family traditions, private judgments, and ability and desire to see the beauty is described. The article reveals the objective view on the beauty as the phenomenon existing outside the subjective judgment of a man, representing a property which is superior to the system (transcendental, space, the Universe, the Creator, etc.) which can be described in mathematical language (in terms of an order, symmetry, measure, proportion, harmony, balance, compliance, secrecy and novelty). The subjects connected with beauty in psychological consultation are considered: sense of beauty, thoughts about beauty, meanings, essence of beauty. It is argued that the condition of successful work in a lot is the consultant, his mature professional position, the formed picture of the world. The deeper and larger is the consultant 's judgment on beauty, the higher and more integrated will be the view he can discuss with the client. A consultant 's idea of beauty should be his acknowledged resource in psychological counselling.*

*КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: красота, смысл, ценность, трансцендентное, психологическое консультирование, логотерапия.*

*KEYWORDS: beauty, meaning, value, transcendental, psychological consultation, logotherapy.*

**Введение**

Красота — одна из форм бытия, раскрывающая эстетический смысл явлений. Литература по этой теме многообразна и обширна. В ней представлены философские и культурологические взгляды на природу красоты, описываются ее культурно-охранительная, художественная, эстетическая, поэтическая, духовная и другие ценности [2, 4, 20 и др.].

В психологии феномен «красота» и эстетические категории также находят свое широкое отражение. Так, с точки зрения А. Маслоу, поведенческие науки пренебрегали значением потребности людей в красоте. Он относит красоту к метапотребностям, имеющим столь жизненно важное значение для человека, при подавлении которых возникает определенный тип патологии, которой

в гуманистическом направлении получил название метапатологии. Маслоу изучал влияние красивого или уродливого окружения на студентов колледжа. Было обнаружено, что уродливая среда оказывала отупляющее действие, снижала самооценку и социальную активность. Маслоу пришел к выводу: подобно тому, как человек нуждается в кальции в пище, человек нуждается в красоте: она помогает ему быть здоровее [8].

В *позитивной психологии* красота — одно из явлений, доставляющих человеку положительные эмоции и субъективное ощущение счастья, делающих его более открытым, дружелюбным, позволяющим находить новые решения проблем [16].

С точки зрения *логотерапии* бытие человека разворачивается на трех уровнях измерения: физическом, психическом и нозтическом. К соматическому измерению причисляются все телесные феномены; в психическое входят чувства, влечения, желания, умственные способности человека, приобретенные модели поведения. В нозтическом находятся категории, присущие исключительно человеку: Совесть, Красота, Добро, Любовь, Смысл и др. С точки зрения В. Франкла, красота дает человеку возможность совершить акт самотрансценденции, то есть выхода за пределы себя, устойчивые границы восприятия — в пространство, лишённое психологических и соматических проблем, но являющееся проявлением нозтического, и получить опыт соприкосновения с трансцендентным [19].

*Экзистенциальная психология*, возникшая в русле философии экзистенциализма, акцентирует внимание на уникальности бытия человека. Осмысление таких категорий, как Красота, Жизнь, Счастье и т. д., создает предпосылки для более осознанного поведения и выхода на качественно иной уровень жизни. Экзистенциалисты рассматривают эстетические категории (прекрасное, возвышенное, изящное и т. д.) в онтологическом ключе. Однако в понимании аутентичности человеческого существования, его свободы, этических категорий их позиции расходятся.

Так, представители *атеистического экзистенциализма* (Ж.-П. Сартр, А. Камю и др.) искали основания для своей философии в замкнутой человеческой экзистенции. С их точки зрения, жизнь представляет собой хаотичный набор случайных событий; единственный источник и критерий нравственности — сам человек. Именно он является создателем этических и эстетических ценностей и несет за это ответственность.

Направление *религиозного экзистенциализма* (М. Бубер, Г. Марсель, К. Ясперс и др.) постулирует метафизическую открытость человеческого бытия, идей трансценденции, религиозных убеждений. Так, К. Ясперс считал, что человечество имеет общую цель и единые истоки; все связаны родством, созданы богом по его образу и подобию [26]. Г. Марсель видел человека как «воплощенное бытие», который, осознавая свою воплощенность, ощущает мистическую связь духа с телом [7]. Красота относится к характеристике трансцендентного, а чувства человека являются производными от этой характеристики.

В этом контексте уместно вспомнить категорию *трансцензуса*, предложенную М.К. Мамардашвили, под которой он понимает выход, прорыв человека за пределы исторической ограниченности, обусловленности природной или социальной средой. Красота человека рассматривается как способ трансцензуса за пределы утилитарного и обусловленного случайными факторами существования к сущностному бытию. Эстетическая форма имеет статус трансцендентальной архетипической ситуации, в которой индивид становится «полным», «собранным», дополненным до сущностного единства. Поскольку человеческая природа трансцендентна, избыточна и надутилитарна, красота является способом трансценденции за пределы индивидуального существования к надиндивидуальному сущностному бытию [2].

Как мы видим, в силу мировоззренческих философских различий взгляды психологов на красоту могут сильно отличаться. Это имеет исключительно важное значение в процессе психологического консультирования, где тема красоты является как одной из самых распространенных, так и одной из самых сложных, многогранных и неоднозначных.

Обычно речь заходит о недостаточной удовлетворенности клиентом внешностью или физическими особенностями — либо своими, либо значимого лица. Эти выделяемые им явления наделяются ответственностью за неуспех («я не могу выйти замуж, потому что у меня слишком большой нос»; «у меня нет близких друзей — кто захочет со мной общаться, такой толстой и неуклюжей?»; «я постарела, изменилась и теперь сама себе не нравлюсь»).

Несомненно, в некоторых случаях психолог может обсуждать образ и стиль жизни в целом, необходимость качественного отдыха или занятия спортом, возможность обращения к специалистам-диетологам, вплоть до консультации пластических хирургов. Однако в силу своей профессии психолог чаще всего работает с психологическими характеристиками: принятием клиентом своего внешнего вида и физических особенностей, умением выявлять уникальные и неповторимые стороны своей личности, стремлением выявить и проанализировать иррациональные установки и многое другое.

Психолог руководствуется идеей, что простое изменение (часто «украшательного» характера) своей внешности (тату, похудение, ботокс, новый стиль в одежде, смена имиджа) без достаточного обращения к внутренним проблемам не сделает человека истинно красивым.

Однако что такое красота? Субъективное суждение человека? Объективная данность, которую необходимо увидеть, разглядеть?

*Задача статьи* состоит в том, чтобы осмыслить красоту как междисциплинарный феномен и наполнить ее для психологического консультирования новыми смыслами.

### **Субъективный взгляд на феномен «красота».**

В словаре Брокгауза и Ефрона [24] красота (отождествляющаяся с «эстетически прекрасным») трактуется как «та сторона явлений, которая в своей специфической особенности не подлежит суждению ни с точки зрения теоретической истины,

ни с точки зрения нравственного добра, ни материальной пользы и которая, однако, составляет предмет положительной оценки, т. е. признается достойной или одобряется». Из этого определения следует, что красота — свойство объекта, определяющее его способность нравиться человеку. Но что лежит в основе этой способности?

Можно предположить, что изначально представление о красоте возникло на основании *восприятия природы*. С прекращением миграции и появлением оседлости человек начинал привыкать к природе определенной геоклиматической зоны. Ландшафт — пустыня, саванна, тайга, высокогорье и т. д. — зачастую был единственной реальностью, с которой был знаком человек, ведь в нем происходила вся его жизнь. Красота юга — буйная, яркая, красочная, сочная, экзотическая. Красота севера, областей с коротким летом и продолжительной зимой — скупая, неброская. Красота востока — лаконичная: ее необходимо найти, увидеть, выделить из остального пространства и любоваться ею.

Именно восприятие родной природы дает толчок к созданию неповторимой философии определенного социального сообщества и ее культуры, содержащей в себе эталоны красоты, распространяющиеся и на другие сферы жизни человека: архитектуру, жилище, быт, одежду, музыку, предметы искусства и т. д. И, конечно же, на самого человека.

Выражаясь различными видами творчества, такими как научное, техническое, художественное, музыкальное, литературное, человек ориентировался на образцы, существовавшие в данном социальном сообществе. Примечательно, что в этом контексте шедевр (уникальное, непревзойденное творение, высшее достижение мастерства) понимается как способность человека возвыситься над своими индивидуальными способностями и выразить сообщество, культуру и эпоху.

С позиции *биологии* проблема красоты возникла при необходимости объяснения биологических фактов в русле их биологической целесообразности (полезности для организма или организмов). С появлением идеи, что выживают наиболее приспособленные к конкретным условиям, природная целесообразность, то есть красота, могла быть объяснена как возникшая естественным путем [13]. С точки зрения биологии привлекательность может быть рассмотрена как один из механизмов полового отбора, в которых ярко выраженные признаки, скорее всего, имеют некое приспособительное назначение и красивым является то, что обеспечивает наибольшее преимущество.

Эта же идея изложена в книге И. Ефремова «Лезвие бритвы» [5], где главный герой перед широкой аудиторией рассуждает о том, что человеку в людях представляется красивым то, что является целесообразным: длинные ноги — быстрый бег, широкие бедра — нет проблем с родами, соболиные брови — пот не заливает лицо. Красота определяется как нуль, отклонения от которой в плюс или минус — это ее искажения. «Красота — это наивысшая степень целесообразности, степень гармонического соответствия и сочетания противоречивых элементов во всяком устройстве, во всякой

вещи, всяком организме... Каждая красивая линия, форма, сочетание — это целесообразное решение, выработанное природой за миллионы лет естественного отбора или найденное человеком в его поисках прекрасного, то есть наиболее правильного для данной вещи. Красота и есть та выравнивающая хаос общая закономерность, великая середина в целесообразной универсальности...» [5, с. 46].

Представление о красоте человека может быть рассмотрено и через призму конституции как реализованного в определенных условиях среды генотипа. Антропологом Т. И. Алексеевой [1] была предложена теория адаптивных типов человека (арктический, высокогорный, тропический, аридный, континентальный, умеренный), которые отражают специфические нормы реакции на определенные природные факторы, разные формы адаптации к условиям среды. А следовательно, представляют собой синтез морфологических, физиологических и психических свойств личности. Тип человеческого тела, развившийся в определенных геоклиматических условиях, оказывается включенным в каноны красоты определенной культуры.

С развитием социальных сообществ на представление о красоте начинают оказывать влияние религиозные, мировоззренческие, коммерческие, эстетические, художественные, гигиенические, функциональные и многие другие потребности человека. Красота вплетается в широкий спектр связей с различными категориями.

Так, связь красоты и *полезности* на каждом историческом этапе трактовалась по-своему. Например, древнегреческому взгляду на природу красоты была присуща связь ее с функциональностью и полезностью. Вещь считалась красивой, если человек мог ее успешно использовать. Красивая одежда удобна, тепла и прочна; красивый щит прост, легок и защищает воина. Предмет, не выполняющий своих функций (тонкая одежда, украшенная драгоценностями тяжелый щит), не может считаться красивым [2, 12].

Связь красоты и *гигиены* во все времена активно продвигалась социальным сообществом и пропагандировалась в выработке гигиенических и эстетических стандартов. Одна из определяющих ролей принадлежит здесь производителям парфюмерно-косметической продукции. Издававшиеся ими просветительские и рекламные брошюры подчеркивали связь между красотой и чистоплотностью, соединяли доводы медицины, эстетики и морали, агитируя в пользу определенных моделей поведения и повседневных привычек [3].

Связь красоты с *моралью и нравственностью* берет свои истоки от калокагатии — древнегреческой идеи воспитания человека, сочетающей в себе совершенство телесного сложения и духовно-нравственного склада, единства Красоты и Доброты. В Древней Греции идеал человека, сочетающего в себе совершенство тела и внутреннее нравственное благородство, достиг своей вершины: между этическими и эстетическими категориями нередко ставился знак равенства. Соотношение «красиво/некрасиво» не тождественно соотношению «добро/зло», но зачастую эти понятия подменяются.

В ряде современных исследований обнаружено, что красивым людям приписываются качества доброты, справедливости, совести, ответственности, чести и др. [11, 12].

Представление о красоте имеет непосредственное отношение к моде как совокупности ценностей и вкусов, принятых в определенное время в определенной среде. Каждое социальное сообщество по-своему трактовало эталоны красоты во всех областях жизни человека (одежде, образе жизни, бытовых условиях, архитектуре, искусстве и др.), включая его самого. Истории красоты женского и мужского тела посвящено большое количество литературы [17, 22].

Нельзя не сказать и о том, что в каждой культуре существуют представление об эстетическом воспитании и культурные традиции, направленные на раскрытие способности человека видеть красоту. В восточных странах наличествует культ красоты как обязательная культурная традиция. Так, например, ханами — японская национальная традиция любования цветами, а японский сад камней — пространство для сосредоточения, гармонии и эстетического наслаждения. Считается, что, сонастраиваясь с внешней красотой, человек переходит в иное внутреннее состояние, которое в обычной жизни может быть ему и не свойственно.

И в восточной, и в западной культуре сад — не просто территория с посаженными плодовыми деревьями, кустарниками и цветами. Это уникальное явление, представляющее тщательно разработанную философско-эстетическую систему осмысления природы как уникальной модели мироздания.

Кроме того, важно обратиться и к семантическому контексту обсуждаемого феномена. Как мы видим, «красота» является психоментальным образованием, возникшим в результате формирования представлений, знаний о красоте и зафиксированным в национально-языковой картине мира.

В каждой культуре существуют свои артефакты, которые являются чуждыми и малопонятными для других культур. Так, например, при сравнительном анализе концепта «красота» в китайских и русских фразеологизмах было обнаружено, что русские фразеологизмы, как правило, отражают человеческий нрав, душевные свойства, что не так акцентируется в китайских фразеологизмах и пословицах.

В русском языке красота уступает уму («Красота и без разума пуста»); поступки человека ценятся больше, чем его внешность («Личиком гладок, да делами гадок»); фразеологизмы и пословицы помимо эстетической оценки-критики несут назидательный, поучительный характер, определяют недостаточность одной лишь красоты («Красавица без ума — что кошелек без денег»).

В китайском сознании феномен красоты неразрывно связан с благополучием не просто отдельного человека, а государства в целом, своего рода со строительством светлого будущего. В китайских фразеологизмах красота часто несовместима со злостью, ненавистью или обманом — красивый человек обязательно благородный, великодушный, самоотверженный и благородный герой.

Сходной чертой было то, что красота мало значима без соответствующего морального облика, без особого внутреннего мира. Внешне привлекательный, но лишенный содержания человек (пустоцвет; пустозвон; внешний лоск) не может считаться красивым [10].

Таким образом, на протяжении развития человечества на разных культурно-исторических этапах формировалось уникальное представление о красоте как об эстетически прекрасном, которое составляло предмет положительной оценки данного сообщества.

Это дает основания говорить о субъективном представлении о красоте, на которое оказывают влияние геоклиматические условия, историческая эпоха, стандарты культуры, семейные традиции, личные взгляды, способность и желание видеть прекрасное.

Красота может трактоваться как синтез всех воспринимаемых человеком элементов некоего явления (предмета, объекта), направленный на создание цельного и неделимого образа (считающийся для этого явления эталонным), вызывающий состояние максимальной гармонии и согласованности.

Так, красота человека — уникальный синтез внешности, фигуры, манеры поведения, мимики, осанки, походки, выражения этических ценностей, душевных проявлений, умственных качеств и много другого, значимого для наблюдателя.

Если один из элементов «не вписывается», не согласован с другими или даже вступает в противоречие, цельность и гармония утрачиваются, образ теряет свою эталонность, и восприятие его привлекательности снижается. Тогда же, когда человек трактует явление как эталонное, совершенное, целостное, он воспринимает его как красивое. Суждение о красоте представляет собой уникальный набор взглядов человека, который, в силу своего личного опыта, восприятия, мышления, ценностных ориентаций, уровня зрелости, картины мира и т. д. у разных людей может отличаться.

### Объективный взгляд на феномен «красота»

Независимо от субъективных приоритетов, при восприятии красоты формы, цвета или звука характер эстетического ощущения определяется взаимоотношением различных компонентов явления, их пропорциями, ритмом, взаимосвязью частей и целого. Светлую радость переживания красоты вызывает ощущение гармонии [25].

Обратимся к взгляду на красоту мировых религий — ведь именно они лежат в основе многих философских и психологических направлений (прежде всего религиозного экзистенциализма).

С точки зрения религий Созидающее Начало (каким бы именем его ни называли: Отец, Творец, Бог, Аллах, Абсолют, Всевышний, Всемогущий и т. д.) априори является носителем совершенных качеств и свойств. Оно представляет собой эталон, несет в себе стандарты, высшие законы, морально-нравственные правила. Его творение эталонно, совершенно и, соответственно, красиво всегда.

Центральным здесь является Образ Созидающего Начала, существующий в представлении человека на основании его картины мира. Когда этот

Образ не проявляется в некоем явлении (предмете, объекте, ситуации), говорится о его без-образии, то есть отсутствии Творца в нем. Такое явление описывается как уродливое и неприглядное. В случае если в явлении человек находит качества, входящие в Образ Созидающего Начала, оно трактуется как красивое.

Примечательно, что, выражаясь различными видами творчества (научное, техническое, художественное, музыкальное, литературное), человек устремляется стать творцом. Однако для того, чтобы творение получилось красивым, то есть приобрело качества и свойства Творца, человек должен стать ипостасным Ему. Шедевр в этом случае есть соединение человеческого и трансцендентного. Создатель некоего произведения становится способным не просто выйти за рамки личного опыта, традиций семьи, представлений рода, правил определенной культуры и эпохи, но на доступном ему уровне выразить в материи Создателя — стать со-Творцом.

Переживание красоты представляет собой Встречу Человека и Созидающего Начала, способность в обыденных явлениях разглядеть Творца. Из этой позиции следует, что *если человек не видит красоту* — это не значит, что ее нет. *Если человек называет нечто красотой* — это не значит, что она есть. В силу ограниченности восприятия человека ему сложно постичь весь замысел Творца и увидеть Его масштаб. Человек это делает по своему подобию.

Кроме того, в мировых религиях подчеркивается различие между *внешней красотой* (внешним видом, формой) тех или иных явлений и *внутренней красотой* (красотой содержания, часто скрытого от наблюдения). В случае если акцент делается на каком-то одном уровне, а другой умалчивается, красота явления как такового является обедненной.

Как отмечает О.В. Дивненко [11], противоречие между внешней красотой человека и его нравственной, эстетической сущностью порождает парадокс: человек может быть красив, но не прекрасен; человек может быть прекрасен, но не красив. Автор ассоциирует понимание «красивого» с внешним, а «прекрасного» — с неким внутренним содержанием.

Красота человека раскрывается через категории «обаяние» и «шарм», под которыми понимается невидимая взору, нефизическая часть красоты. Людей, лишенных обаяния, трудно назвать красивыми; если же сила обаяния велика, отсутствие физической красоты становится незаметным. Неотъемлемыми составляющими обаяния являются открытость, искренность, естественность, целостность.

Эта тема является принципиально важной для понимания красоты человека и его отличия от красоты животного мира. Ориентация на внешнее необходима представителям животного и растительного миров для удовлетворения фундаментальных потребностей в привлечении партнера, безопасности (самосохранении), отпугивании хищника или обмана жертвы. Именно для этого эволюционно в животном мире сформировалась внешняя красота (пышные перья, привлекательная окраска и т. д.).

Поскольку человек в этой парадигме — создание и выразитель Творца, чтобы быть истинно красивым, ему необходимо ориентироваться не только на развитие телесной красоты, но и на красоту внутреннего мира, а именно — на красоту Души, Ума, Сердца, Сознания.

Итак, объективная красота в мировых религиях есть свойство Созидающего Начала, каждое творение которого эталонно. Подчеркивая значение *не-физической красоты*, мировые религии акцентируют внимание именно на *человеческой красоте*, разделяя ее с красотой животного мира.

Фундаментальная попытка выявить объективную красоту, существующую вне субъективного суждения человека, была проведена в Древней Греции. В пифагорейской школе математика являлась основой восприятия окружающего мира. По мнению пифагорейцев, красота есть гармония, гармония упорядочивает космос и может быть выражена числом. Космос в этой трактовке есть упорядоченный, гармоничный мир, противопоставленный хаосу — беспорядочному началу бытия, с которого, по убеждению греков, и началось созидание мироздания. В данной школе предложена идея пифагорейского тетрактиса как верховного символа универсальных сил и процессов: *красота — космос — гармония — число* [2, 4, 9, 15].

Обоснованием этой идеи являлось пифагорейско-платоновское учение о музыке сфер — учение о музыкально-математическом устройстве космоса, а также закон консонансов в музыке. В диалоге «Тимей», который называют гимном математической концепции красоты как гармонии, Платон объясняет красоту вселенной математическим совершенством — поворотной симметрией бесконечного порядка. Здесь же Платон говорит и о значении самоподобия для построения совершенного тела космоса, что явно перекликается с современными идеями фрактальной геометрии природы Б. Мандельброта [2, 4, 9, 15].

Роль симметрии в создании красоты мироздания прослеживается также в теории материи Платона, которую Б. Рассел назвал геометрическим атомизмом. Платон представляет атомы в виде симметричных правильных тел; эти идеи являются более чем современными, ибо многие Нобелевские премии второй половины XX века присуждены именно за открытие законов симметрии микромира. Аристотель в «Метафизике» говорит о том, что важнейшие виды прекрасного — это слаженность, соразмерность и определенность, математика больше всего выявляет именно их. Кроме того, главным структурным элементом красоты и гармонии для Аристотеля становится понятие середины, центра. Понятию «золотой середины» Аристотель уделяет большое внимание, применяя его не только по отношению к природе и искусству, но и к духовным и этическим проблемам [9].

*Золотое сечение* (золотая пропорция) известно с древнейших времен строительства египетских пирамид. Оно является эталонным значением, содержащим в себе математическую соразмерность, являющую собой гармонию, симметрию, порядок, поэтому ее носители (любые явления: люди,

предметы, объекты) будут восприниматься окружающими красивыми. Начиная с Леонардо да Винчи многие художники сознательно использовали пропорции «золотого сечения». В современном мире этот принцип применяется в различных областях жизни: живописи, строительстве и архитектуре, компьютерном дизайне, модельном бизнесе, фотографии, стоматологии, пластической хирургии и т. д. [6].

Нельзя не сказать и об исследованиях *психологии взаимодействия с окружающей средой* — области психологии, в которой особое место занимают исследования восприятия и познания окружающей среды. Так, Р. и С. Каплан предлагают модель предпочтения окружающей среды [14]. Теория Каплан постулирует, что люди имеют две основные потребности: *понимать* и *исследовать*. Кроме того, восприятие может произойти незамедлительно, а может быть связано с осмыслением, когнитивной обработкой и отсрочено во времени. Когда две потребности пересекаются с двумя уровнями восприятия, создаются четыре переменные. Эти четыре переменные были названы авторами «информационными переменными». Названия, используемые для информационных переменных, — *согласованность* (немедленное понимание), *сложность* (немедленное исследование), *разборчивость/четкость* (предполагаемое (подразумеваемое) понимание) и *тайна* (предполагаемое (подразумеваемое) исследование).

Каплан указывают на «познавательные возможности», выделяя их в особую категорию. Они подчеркивают роль познания в процессе восприятия. Именно благодаря когнитивной функции люди «придают смысл» окружающей среде и удовлетворяют таким образом свои потребности. Каплан предлагают такие определения четырех компонентов:

1. *Согласованность* — степень, относительно которой элементы связаны между собой и организованы друг относительно друга.

2. *Четкость или разборчивость* — уровень отчетливости, которая позволяет наблюдателю понимать или категоризировать содержание пространства

3. *Сложность* — количество и разнообразие элементов в пространстве.

4. *Тайна* — степень, в которой пространство содержит скрытую информацию так, чтобы каждый мог попробовать найти ее (например, дорога, изгибающаяся вне поля зрения на горизонте, или солнце, садящееся в море).

Итак, Каплан полагают, что для того, чтобы окружающая среда оценивалась как привлекательная, необходим определенный уровень ее когнитивной обработки. Так, например, *сложность* определяет, насколько пространство богато различными элементами. Повышенная сложность заставляет человека исследовать обстановку более внимательно. Обстановка, состоящая из повторяющихся и однообразных элементов, интерпретируется как простая и несложная.

*Согласованность* помогает ощутить порядок и направляет внимание в определенное русло.

Согласованное пространство целостно, его части соотнесены друг с другом наилучшим образом. Согласованность увеличивается, когда в пространстве присутствует некий порядок, способствующий организации элементов пространства по яркости, размеру, материалу и т. д. в несколько основных групп.

Фактор *тайны* содержит в себе некоторую недосказанность и обещание, что при желании человек может научиться в данном пространстве чему-то еще, — тому, что для него не очевидно и требует дополнительного исследования. Для присутствия тайны должно быть обещание дальнейшей информации (если, конечно, человек захочет ее получить).

Каплан указывают, что предпочтение человеком той или иной окружающей среды связано с теми ее качествами, которые имеют для него определенный смысл, т. е. основанием для предпочтения является информационное содержание пространства. Например, согласованность и четкость (разборчивость) связаны с пониманием или «созданием смысла» из окружающей среды. Сложность и тайна могут рассматриваться как аспекты исследования, «вовлечения» в окружающую среду или степень активности человека в ее исследовании и постижении.

К вышеперечисленным Д. Берлайн добавляет фактор новизны — новые для исследователя элементы. В своих исследованиях он доказывает, что красота связана с характеристиками подвижности и динамичности, при отсутствии которых возникают уныние и скука [14].

В *видеоэкологии* — науке о визуальной среде, предложенной физиологом В. А. Филином, — раскрывается феномен саккад (непроизвольных движений глаз) [18]. Глаз всегда ориентирован на исследование среды. В визуально богатой среде он «работает» и здоров. В искаженной среде глаз теряет эти функции — и возникает миопия.

Автор вводит понятие гомогенных и агрессивных видимых полей, характерных для современной архитектуры. Гомогенные визуальные поля — видимые поля в окружающем пространстве, на которых зрительные детали либо отсутствуют вообще, либо их количество резко снижено. В агрессивных же, наоборот, рассредоточено большое число одних и тех же элементов.

Агрессивная и гомогенная среда не просто воспринимается человеком как некрасивая — в ней не могут полноценно работать фундаментальные механизмы зрения, нарушается обратная связь между сенсорным и двигательным аппаратами. Декор зданий — это не «архитектурные излишества», а необходимые функциональные элементы, составляющие основу визуальной среды.

Относительно новая область эмпирической эстетики — *нейроэстетика*, — возникшая в начале XXI века, представляет собой учение о нейробиологических принципах создания и анализа произведений искусства. Британский нейробиолог С. Зеки провел широкомасштабные исследования физиологической подоплеки восприятия изобразительного искусства (2004), восприятия музыки (2011)

и восприятия математической красоты (2013). Им было выявлено, что восприятие художественной и музыкальной красоты, а также красивых формул особенно заметно в медиально орбитофронтальной коре головного мозга [27].

Вышесказанное дает основания говорить о красоте как о явлении, существующем вне субъективного суждения человека, представляющем собой свойство вышестоящей по отношению к нему системы (трансцендентное, космос, вселенная, Создатель и т.д.), которое может быть описано на математическом языке (в терминах порядка, симметрии, меры, пропорции, гармонии, баланса, соответствия, тайны, новизны). Очевидно, что принципиальное значение для понимания красоты здесь будет иметь содержательное наполнение категории «вышестоящая система», которая имеет непосредственное отношение к философии человека и отражает его картину мира.

На что ориентируется человек, когда хочет быть красивым? Где находится эталон красоты? В природе, как у древнего человека? В социуме? В самом себе? Вне себя? *Красота в субъективном восприятии* строится человеком относительно собственных стандартов, берущих истоки в социальном сообществе, культуре, традициях, исторической эпохе. *Красота как объективная категория* является свойством вышестоящей системы и ее проявлением в материи.

Основное отличие, таким образом, состоит в том, куда человек помещает эталонный — максимально гармоничный и совершенный — образ, содержащий в себе стандарты некоего явления, который обозначается как красивый.

Эти идеи могут быть полезны при обсуждении феномена «красота» в *психологическом консультировании*. Несомненно, в своих размышлениях клиент всегда обращается к собственной картине мира. С уважением к его субъективным взглядам, задача консультанта состоит в прояснении представлений клиента и расширении масштаба восприятия феномена «красота».

На основании собственного консультативного опыта назовем несколько областей, на которые стоит обратить внимание при обсуждении данной темы.

**Чувство красоты.** Чувство — эмоциональный процесс, отражающий субъективное оценочное отношение человека к реальным или абстрактным объектам.

Что клиент чувствует, когда видит что-то красивое (предмет, объект, ситуацию)? Как это отзывается в его теле? Насколько ясен для клиента язык его тела, насколько он находится в контакте с ним, умеет его слушать? Насколько развита способность сопереживания прекрасному?

Клиент не всегда обладает способностью увидеть, воспринять красоту, которая уже есть (красота человека рядом, красота мира, своя собственная красота), из-за недостаточно развитой чувствительности к ней. Осмысление чувств помогает клиенту быть в контакте с собой, более внимательным, дифференцированным к любым категориям и, конечно же, к красоте.

При обсуждении этой темы консультант может обратиться к тому, что воспитание эстетических чувств — навык восприимчивости, который необходимо развивать. Как обсуждалось выше, в некоторых культурах формированию этой способности уделяется очень большое внимание. Ведь если он будет воспитан, красота может стать самым настоящим ресурсом — потенциалом (далеко не всегда осознаваемым человеком), который может помочь решить проблему, является опорой в жизни вообще и трудной жизненной ситуации в частности.

Здесь уместно вспомнить опыт В. Франкла, который описывает примеры, когда люди даже в концентрационном лагере в условиях угрозы жизни оказывались способны видеть красоту и наслаждаться ею [19]. Красота меняет человека, гармонизируя и упорядочивая его, обращает к другим реалиям жизни. Задача консультанта состоит в том, чтобы помочь клиенту раскрыть способности чувствования красоты.

**Мысли о красоте.** Мысль — основная единица, «молекула» мышления, умение синтезировать информацию (извне) и знания (из собственного опыта) и выразиться этим вовне. Мысль — всегда уникальное и неповторимое явление.

Что думает клиент о красоте? Создано ли представление о красоте самостоятельно? И если да — что конкретно для клиента означает это явление? Насколько рациональны или иррациональны мысли о красоте? Если нет — откуда это представление заимствовано (из социума, от значимых людей и т.д.)? Насколько клиент находится под воздействием влияния культурных ценностей, социальных стандартов, мнений и установок отдельных лиц его окружения? Насколько он подвержен влиянию моды, рекламы?

Подобные вопросы помогают выявить степень самостоятельности клиента в суждениях о красоте. Кроме того, нельзя не сказать и о качестве этих суждений. Напомним, что иррациональные установки (по А. Эллису) включают в себя катастрофизацию, долженствование в отношении других, долженствование в отношении себя, оценочные установки [23]. Все это актуально и для обсуждаемой темы. Некоторые установки могут звучать так: «Красота — залог семейного счастья: подурнеешь — останешься одна, поэтому надо все время быть на высоте. Только красивые люди добиваются успеха. Я сам себя не люблю: слишком много морщин — я считаю себя некрасивым. Если у меня недостаточно красивая фигура, меня никогда не возьмут на приличную работу».

Как мы видим, в иррациональных установках может проявиться отношение клиента к другим и к себе. Тема красоты имеет непосредственное отношение к его самооценке, принятию себя; принятие себя на внешнем физическом уровне связано с непринятием на внутреннем психологическом уровне. Выявление иррациональных установок и работа с ними могут помочь клиенту увидеть причины такого отношения к себе, потребности, которые стоят за ним.

**Смысл красоты.** Смысл (в данном контексте) — значение, которое имеет то или иное явление.

Красота для клиента: средство или цель? Если средство — для какой цели? Если цель — то зачем она нужна? Какие потребности она призвана удовлетворить? Чего на самом деле хочет клиент, когда желает быть красивым?

Нередко проблема заключается в недостаточной осознанности клиентом своих потребностей, стоящих за красотой. Часто это потребности в любви, признании, самовыражении, уважении, принадлежности к группе, получении социальной позиции или статуса, принятия себя, повышения самооценки и т. д.

В исследовании А. В. Цветкова и К. Е. Миттельман [20] изучались представления о красоте у здоровых лиц и пациентов с тревожно-депрессивной симптоматикой. Обнаружено, что для здоровых людей красота связана в большей степени с самореализацией и сексуальной привлекательностью, в то время как для тревожно-депрессивных пациентов — с уверенностью в себе и привлекательностью в межличностном общении.

Задача консультанта состоит в том, чтобы помочь клиенту увидеть связь красоты с различными категориями, выявить потребности, которые призвана разрешить красота, прояснить ее смысл, расширив таким образом его мировоззрение.

**Суть красоты.** Суть — краткое точечное определение, что есть что и кто есть кто.

Что такое красота для клиента? Что он вкладывает в это понятие? Как он знает, что некое явление (предмет, объект) красиво, а некое — нет? Опираясь на какие критерии, он делает этот вывод?

Желание быть красивым — естественная потребность человека. Однако нередко клиент осознанно или неосознанно называет красотой то, что ею в действительности не является. При обсуждении сути красоты следует обратить внимание на возможные искажения или подмены.

Такое случается и с другими понятиями, когда, например, клиент называет месть справедливостью; любовь подменяет заботой, терпением или принуждением; счастье — властью, материальным благополучием или чувством принадлежности к определенному сообществу, и т. д.

Красота может отождествляться с украшательством, копированием образцов чужого поведения, быть спутанной с модными тенденциями, сиюминутными желаниями или сужается до какого-либо его свойства (большая грудь, пухлые губы, длинные ноги, отсутствие морщин, кольцо в носу, яркая татуировка и т. д.). Пропорции, гармония, симметрия, естественность оказываются осознанно или бессознательно искажены, или человек выбирает элементы не человеческой, а скорее животной природы. И тем не менее с точки зрения клиента это может считаться красивым.

Еще раз подчеркнем, что речь вовсе не идет об активном вмешательстве во взгляды клиента без его желания. Возможными действиями психолога будет прояснение картины мира и позиции; помощь в осмыслении красоты как ценности и ее соотношения с другими ценностями, по возможности — увеличение масштаба его восприятия. Обсуждение темы красоты нередко обнаруживает несостыковки мировоззрения клиента и дает ему шанс изменений. Прояснение данного феномена дает доступ к скрытым возможностям клиента, сподвигает его думать самостоятельно, размышлять, развивать собственную мысль, выявлять смыслы — формировать таким образом собственное мировоззрение. Осмысляя содержательное наполнение феномена «красота», клиент имеет возможность изменить свое бытие.

Однако напомним, что цели психологического консультирования всегда зависят от запроса клиента и теоретической ориентации консультанта. Условием успешной работы во многом является консультант — его зрелая профессиональная позиция, сформированная картина мира. Чем более высокими, масштабными будут его взгляды, тем более глубоким, цельным станет то представление о красоте, которое он может обсуждать с клиентом.

Для того чтобы помочь клиенту, психологу необходимо стать красивым самому. Красота консультанта — выражение эталонного, максимально целостного гармоничного образа его картины мира — должна быть его осознанным ресурсом в психологическом консультировании.

1. Алексеева Т. И. Адаптивные процессы в популяциях человека. М.: МГУ, 1986.
2. Андреева Н. С. Красота человека как способ бытия человеческой сущности: автореф. дисс. ... канд. философ. наук. Тюмень: Тюмен. гос. ун-т, 2014. 26 с.
3. Гусарова К. О. Каноны красоты и гигиенические стандарты в культуре России 1890–1910-х годов: автореф. дисс. ... канд. культурологии. М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2010. 27 с.
4. Девдараидзе Е. А. Культурно-охранительная природа красоты: автореф. дисс. ... канд. филос. наук. Омск: Ом. гос. ун-т путей сообщ., 2010. 25 с.
5. Ефремов И. А. Лезвие бритвы. М.: Фантастика, 2007. 652 с.
6. Корбалан Ф. Золотое сечение. Математический язык красоты. М.: де Агостини, 2013. 158 с.
7. Марсель Г. Быть или иметь / пер. И. Н. Полонской. Новочеркасск: Сагуна, 1994. 160 с.
8. Маслоу А. Дальнейшие рубежи развития человека. М.: Смысл, 1999. 425 с.
9. Муратова О. В. Традиции красоты в истории европейской культуры: автореф. дисс. ... канд. культурологии. Саранск: Морд. гос. ун-т им. Н. П. Огарева, 2009. 20 с.
10. Пак А. О. Сопоставительное исследование концепта «красота» в китайском и русском языках: дисс. ... канд. филол. наук. Душанбе: Рос.-тадж. славян. ун-т, 2009. 229 с., ил.
11. Погонцева Д. В. Красота как междисциплинарный объект исследований // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2013. № 5. С. 91–95.

12. Погонцева Д. В. Социально-психологические особенности представлений женщин о красивой женщине: дисс. ... канд. психол. наук. Ростов-н/Д.: ЮФУ, 2010. 299 с.
13. Рухленко И. А. Общие стратегии выживания организмов как причина макроэволюции и возникновения био-разнообразия Земли // Теоретические проблемы экологии и эволюции (Четвертые Любичевские чтения). Тольятти: ИЭВБ РАН, 2005. С. 180–191.
14. Смолова Л. В. Психология взаимодействия с окружающей средой (экологическая психология). СПб.: СПбГИПСР, 2010. 710 с.
15. Сокровищук А. А. Красота: онтологические аспекты философского анализа: автореф. дисс. ... канд. филос. наук. М.: Вят. гос. гуманитар. ун-т, 2011. 16 с.
16. Стайл Ш. Позитивная психология. Что делает нас счастливыми, оптимистичными и мотивированными / пер. с англ. М. Чомахидзе-Доронина; научн. ред. Т. Базаров. М.: Претекст, 2013. 288 с.
17. Суэми В., Адриаг Ф. Психология красоты и привлекательности. СПб.: Питер, 2009. 240 с.
18. Филин В. А. Видеоэкология: что хорошо для глаз, а что плохо. 3-е изд. М.: Видеоэкология, 2006. 512 с.
19. Франкл В. Человек в поисках смысла. М.: Книга по Требованию, 2012. 366 с.
20. Цветков А. В., Миттельман К. Е. Понятие красоты у лиц с различным уровнем тревожности // Теория и практика общественного развития. 2013. № 9. С. 105–108.
21. Щербинин М. Н., Андреева Н. С. Эстетико-антропологическая интерпретация выразительного потенциала человеческой красоты // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 25 (354). Философия. Социология. Культурология. Вып. 35. С. 45–49.
22. Эко У. Эволюция средневековой эстетики. СПб.: Азбука-классика, 2004. 288 с.
23. Эллис А. Рационально-эмоциональная поведенческая терапия. М.: Феникс, 2008. 160 с.
24. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: Том XVIIА (32). Коялович — Кулон. СПб.: Семеновская Типолитография (И. А. Ефрона), 1895. 501 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gufo.me/dict/brockhaus> (дата обращения: 28.10.2019).
25. Эстетика: Словарь / под общ. ред. А. А. Беляева и др. М.: Политиздат, 1989. 447 с.
26. Ясперс К. Смысл и назначение истории. М.: Политиздат, 1991. 527 с.
27. Zeki S., Romaya J. P., Benincasa D. M. T. and Atiyah M. F. The experience of mathematical beauty and its neural correlates. *Front. Hum. Neurosci.* 2014. Vol. 8. P. 68.

#### References

1. Alekseyeva T. *Adaptivnieprozessi v populaziakh cheloveka* [Adaptive processes in human populations]. Moscow: Moscow State University, 1986. (In Russian).
2. Andreyeva N. *Krasota cheloveka kak sposob bytiya chelovecheskoy sushchnosti: Avtoref. dis. ... kand. philosoph. nauk.* [Beauty of a person as a way of life of human essence: Cand. Sc. (Philosophy) dissertation abstract]. Tyumen: Tyumen State University Publ., 2014. 26 p. (In Russian).
3. Gusarova K. *Kanony krasoty i gigiyenicheskiye standarty v culture Rossii 1890–1910 gg.: Avtoref. dis. ... kand. kulturologii.* [Canons of beauty and hygienic standarts in Russian culture of the 1890s — 1890s: Cand. Sc. (Culturology) dissertation abstract]. Moscow, 2010. 27 p. (In Russian).
4. Devdaraidze Ye. A. *Kulturno-okhranitel'naya priroda krasoty: Avtoref. dis. ... kand. philosoph. nauk* [Cultural and protective nature of beauty: Cand. Sc. (Philosophy) dissertation abstract]. Omsk: Omsk State University of Railways Publ., 2010 (In Russian). 25 p.
5. Yefremov I. *Lezviye britvy* [Razor blade]. Moscow: Fantastika Publ., 2007. 652 p. (In Russian).
6. Korbalan F. *Solotoye sechenie* [Golden section]. Moscow: De Agostini Publ., 2013. 158 p. (In Russian).
7. Marsel G. *Bit ili imet* [To be or to have]. Novocherkassk: Saguna Publ., 1994. 160 p. (In Russian)
8. Maslow A. *Dalniye rubezhi razvitiya cheloveka* [Further frontiers of human development]. Moscow: Smysl Publ., 1999. 425 p. (In Russian).
9. Muratova O. *Traditsii krasoty v istorii yevropeyskoy kultury: Avtoref. dis. ... kand. kulturologii* [Beauty traditions in the history of European culture: Cand. Sc. (Culturology) dissertation abstract]. Saransk: Mordva State University named after N. P. Ogarev Publ., 2009. 20 p. (In Russian).
10. Pak A. *Sopostavitel'noye issledovaniye kontsepta "krasota" v kitayskom i russkom yazyikakh: Avtoref. dis. ... kand. philol. nauk* [Comparative study of the concept of «beauty» in Chinese and Russian languages: Cand. Sc. (Philology) dissertation abstract]. Dushanbe: Russian-Tajik Slavic State University Publ. Publ., 2009. 229 p. (In Russian).
11. Pogontseva D. *Krasota kak mezhdistsiplinarnyi obyekт issledovaniya* [Beauty as an interdisciplinary object of research]. *Nauchno-metodicheskiy zhurnal "Kontsept"* – *Scientific and Methodical Journal "Concept"*, 2013, (5), pp. 91–95 (In Russian).
12. Pogontseva D. V. *Sotsialno-psikhologicheskiye osobennosti predstavleniy zhenshchim o krasivoy zhenshchine: dis. ... kand. psikhol. nauk* [Socio-psychological features of women's ideas about a beautiful woman: Cand. Sc. (Psychology) diss.]. Rostov-na-Donu: The South Federal University Publ., 2010, 299 p. (In Russian).
13. Rukhlenko I. *Obshchiye strategii vyzhivaniya organismov kak prichina vozniknoveniya bioraznoobrazia Zemli* [General strategy of survival of organisms as a cause of occurrence of biodiversity of the Earth]. *Teoreticheskiye problem ekologii i evolutsii: Chetvertyye Lubishchevskie chteniya* [Theoretical problems of ecology and evolution: The 4<sup>th</sup> Lubishchev Scientific Reading]. Tolyatti: The Institute of the Volga River Basin Ecology Publ., 2005, pp. 180–191 (in Russian).
14. Smolova L. *Psikhologiya vzaimodeystviya s okruzhayushchey sredoy*. St. Petersburg: Saint-Petersburg State Institute of Psychology and Social Work Publ., 2010. 710 p. (In Russian).

15. Sokrovishchuk A. *Krasota: ontologicheskiye aspekty filosofskogo analiza: Avtoref. dis. ... kand. filosof. nauk* [Beauty: ontological aspects of philosophical analysis: Cand. Sc. (Philosophy) dissertation abstract]. Kirov: Vyatka State University of the Humanities Publ., 2011. 16 p. (In Russian).
16. Stayl Sh. *Pozitivnaya psikhologiya* [Positive psychology]. Moscow: Pretext Publ., 2013. 288 p. (In Russian).
17. Suemi V., Adriag F. *Psikhologiya krasoty i privlekatelnosti* [Psychology of beauty and attractiveness]. St. Petersburg: Piter Publ., 2009. 240 p. (In Russian).
18. Filin V. *Videoekologiya: chto khorosho dlya glaz a chto plokho* [Video ecology: what is good for eyes and what is bad] (3<sup>rd</sup> ed.). Moscow: Videoekologiya Publ., 2006. (In Russian). 512 p.
19. Frankl V. *Chelovek v poiskakh smysla* [Man in search of meaning]. Moscow: Kniga po Trebovaniyu Publ., 2012. 366 p. (In Russian).
20. Tsvetkov A. V., Mittelman K. E. Ponatiye krasoty u lits s razlichnym uronem trevozhnosti [The concept of beauty for people with different level of anxiety]. *Teoria i praktika obshchestvennogo razvitiya — Theory and practice of social development*, 2013, (9), pp. 105–108. (In Russian).
21. Shcherbinin M. N., Andreyeva N. S. Estetiko-antropologicheskaya interpretatsiya avirazitel'nogo potentsiala chelovecheskoy krasoty [Aesthetic and anthropological interpretation of the expressive potential of human body]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta — Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2014, (35), pp. 45–49 (in Russian).
22. Eko U. *Evolutsiya srednevekovoy estetiki* [Evolution of medieval aesthetics]. St. Petersburg: Azbuka Klassika Publ., 2004. 288 p. (In Russian).
23. Ellis A. *Ratsionalno-emotsionalnaya povedencheskaya terapiya* [Rational and emotional behavioral therapy]. Moscow: Fenix Publ., 2008. 160 p. (In Russian).
24. *Entsiklopedicheskiy slovar Brokgausa i Efrona. T. XVII (32)*. [Brochgaus and Ephron encyclopedic dictionary. Vol. XVII (32)]. St. Petersburg: Semenov Typografy Publ., 1895. 501 p. (In Russian). Available at: <https://gufo.me/dict/brockhaus> (accessed 28.10.2019).
25. Belyayev A. A. et al. (Eds.) *Estetika: Slovar* [Aesthetics: Dictionary]. Moscow: Politizdat, 1989. 447 p. (In Russian).
26. Yaspers K. *Smysl i naznacheniyе istorii* [Meaning and purpose of history]. Moscow: Politizdat, 1991. 527 p. (In Russian)
27. Zeki S, Romaya J. P., Benincasa DMT and Atiyah MF: The experience of mathematical beauty and its neural correlates. *Front. Hum. Neurosci*, 2014. pp. 8–68.