

Взаимовлияние отношения к людям и отношения к символически представляющим их вещам

Хохлов Н.А.

ООО Центр тестирования и развития «Гуманитарные технологии»
(ООО ЦТР «Гуманитарные технологии»); ФГБОУ ВО «Московский государственный
университет им. М.В. Ломоносова» (ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова»),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0748-7547>, e-mail: nkhokhlov@psychmsu.ru

Курмелева А.И.

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова»
(ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова»), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8971-1401>, e-mail: kurmeleva.ai@gmail.com

Цель. Изучение выраженности и особенностей переноса отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно.

Контекст и актуальность. Символические функции вещей обсуждаются в философии, экономике, культурологии и семиотике. В то же время психологическая специфика участия вещей в социальном взаимодействии остается малоизученной. Предполагается, что отношение к людям переносится на созданные ими вещи, а совершение с вещами символических действий меняет отношение к тем, кого они представляют.

Дизайн исследования. На материале вымышленной ситуации (10 постояльцев санатория представили на конкурс выращенные ими цветы) проведен онлайн-эксперимент, моделирующий влияние отношения к человеку на привлекательность продукта его труда и влияние уничтожения продукта труда на отношение к создавшему его человеку.

Участники. 132 человека (111 женщины, 21 мужчина) от 17 до 55 лет ($M = 31,3$; $SD = 9,7$).

Методы (инструменты). Сбор данных проводился с помощью платформы «Мастер-тесты» системы интернет-сервисов «HT-Line». Использовался авторский стимульный материал. Персонажи оценивались по базисным шкалам семантического дифференциала Ч. Осгуда («оценка», «сила», «активность»).

Результаты. Испытуемые склонны сохранять цветы, выращенные хорошими персонажами. Привлекательность персонажей меняется в зависимости от того, понравились ли выращенные ими цветы. Персонажи, чьи цветы были уничтожены, при повторной оценке воспринимаются более пассивными.

Основные выводы. Отношение к человеку влияет на желание сохранить символически представляющие его вещи, а совершение действий с этими вещами меняет отношение к их создателю.

Ключевые слова: психология вещей, символизация, отношение к человеку, семиологическая система, психология постмодерна, семантический дифференциал.

Для цитаты: Хохлов Н.А., Курмелева А.И. Взаимовлияние отношения к людям и отношения к символически представляющим их вещам // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 172–193. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140110>

Mutual Influence between Attitudes towards People and Attitudes towards Things that Symbolically Represent Them

Nikita A. Khokhlov

Centre for Testing and Development “Humanitarian Technologies”;

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0748-7547>, e-mail: nkhokhlov@psychmsu.ru

Anastasia I. Kurmeleva

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8971-1401>, e-mail: kurmeleva.ai@gmail.com

Objective. *Studying the intensity and characteristics of the transfer of attitudes towards people to and from things associated with them.*

Background. *Symbolic functions of things are discussed in philosophy, economics, cultural studies and semiotics. At the same time, the psychological specificity of things participation in social interaction remains poorly studied. It is assumed that attitudes towards people are transferred to the things they create, and that making symbolic actions to the things changes attitudes towards those they represent.*

Study design. *An online experiment was carried out based on a fictional situation: 10 guests of a sanatorium presented for the competition the flowers that they had grown. The influence of attitudes towards people on the attractiveness of their work products and the influence of destroying the work product on attitudes towards the person who created it were simulated.*

Participants. *132 people (111 women, 21 men) aged 17–55 years ($M = 31.3$; $SD = 9.7$).*

Measurements. *Data was collected using the “Master-tests” platform of the online services system “HT-Line”. Authors’ stimulus material was used. Characters were scored on the basic scales of C. Os-good’s semantic differential (“evaluation”, “strength” and “activity”).*

Results. *Test subjects tend to save flowers grown by good characters. Characters’ attractiveness changes depending on whether their flowers are liked by participants. The characters whose flowers have been eliminated are perceived more passive when reassessed.*

Conclusions. *Attitude towards a person affects saving things that symbolically represent him/her, and performing an action to these things changes attitude towards its creator.*

Keywords: *psychology of things, symbolisation, attitude towards a person, semiological system, postmodern psychology, semantic differential.*

For citation: Khokhlov N.A., Kurmeleva A.I. Mutual Influence between Attitudes towards People and Attitudes towards Things that Symbolically Represent Them. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 172–193. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140110> (In Russ.).

Введение

Из житейских наблюдений известно, что люди склонны привязываться к вещам и взаимодействовать с ними на символическом уровне. Отношение к человеку переносится на подаренные им вещи. Предметы могут использоваться как амулеты и талисманы, а также хранить память о человеке или событии. Бывает, что люди избавляются от вещей,

связанных с прекратившимися отношениями. Некоторые верят в то, что вещи обладают душой, разумом, чувствами и могут общаться. Тема символизации вещей находит отражение в художественной литературе, например, в новелле Х.Л. Борхеса «Хуан Муранья» [4]. Есть основания полагать, что действия, совершенные с предметами, ассоциированными с определенным человеком, могут

влиять на отношение к нему. Далее мы рассмотрим, как вещь включается в социальное взаимодействие, становясь частью психической жизни.

Научное изучение роли вещей в восприятии окружающей действительности началось в XVIII в., когда Ш. де Бросс разработал теорию фетишизма, согласно которой неодушевленные предметы могут быть частью культа [5]. Фетишизм рассматривался как составляющая первобытного мировоззрения, основанного на мифологических и религиозных представлениях. В дальнейшем он стал обсуждаться в контексте изучения потребительной стоимости товара. К. Маркс писал, что товар — «это вещь, полная причуд, метафизических тонкостей и теологических ухищрений» [12, с. 77]. Стоимость продукта труда определяется не столько физической природой вещей, сколько общественным отношением к ним. По Ги Дебору, в современном обществе спектакля товар сам созерцает себя в созданном им самим мире, а тотальность потребления заместилась тотальностью абстрактного представления [28].

Вещи изучают как часть материальной культуры — окружающей человека искусственной среды, создаваемой всеми видами труда [19]. Культуру можно рассматривать как совокупность артефактов, накопленных сообществом за время его существования. Артефакты «связывают людей с миром и друг с другом таким способом, в котором сочетаются свойства орудий и символов» [15, с. 501]. По мнению Д. Ойзерман, культура — это познание, укорененное в среде [36]. А. Поручук [37] отмечает, что архаический символизм был основан на материальных предметах, которые обрели магические и ритуальные функции. Впоследствии изображения этих вещей стали символами, многие из которых имели шанс развиваться в знаки и/или графемы.

Л. Малафурис считает, что вещи занимают промежуточное пространство между тем, что обычно называют разумом и материей, поскольку люди думают с помощью вещей и «через» них [34]. С учетом этого понятно стремление включить вещи в предмет общественных наук [32; 33] и развивать психологию техники [9].

По мнению В.С. Мухиной, «предмет, или вещь, в сознании человека есть единица, часть сущего, все то, что обладает совокупностью определенных свойств, занимает объем в пространстве и находится в отношении с другими единицами сущего» [13, с. 12]. Человек не только создает, использует и сохраняет предметы, но и формирует систему отношений к ним, отражаемую в языке, мифологии, философии и поведении. Б.Л. Донской пишет, что «любая вещь суть реальное тело, созданное человеком из природного материала, т.е. из вещества материи, для удовлетворения человеческих потребностей» [8, с. 90]. Ключевыми здесь являются потребности, которые природа не может удовлетворить непосредственно. Среди них выделяются духовные потребности, для удовлетворения которых человечество производит этикет, моральные законы, книги, картины, театральные представления и т.д. Все эти идеальные образования тоже можно называть вещами. Кроме того, мир вещей тесно связан с аксиологической функцией культуры. В.М. Пивоев обращает внимание на то, что ценность «в широком смысле слова — это способность и возможность какого-то предмета или явления удовлетворять человеческие потребности. Но нельзя эту связь понимать как непосредственную, между потребностью и ценностью лежит немало звеньев» [16, с. 55]. Социально-психологические исследования показывают, что «наибольшее значение в потребительском поведении имеют не физические параметры

товаров, а восприятие этих товаров как набора ценностей — утилитарных и символических» [21, с. 64].

Межличностные отношения также рассматривают как обмен ресурсами [29; 30]. Ресурсом является все, что может обмениваться в межличностной ситуации. Предмет, имеющий материальную ценность, может обмениваться на поведенческий акт, в том числе и символического характера, если эти ресурсы представляют эквивалентную ценность для участников обмена. У.Г. Фoa выделил шесть видов ресурсов: любовь, статус, услуги, информация, товары и деньги. Эти ресурсы можно охарактеризовать по двум критериям — «партикулярность — универсальность» и «конкретность — символичность». Первый критерий указывает на то, насколько ценность ресурсов зависит от конкретных людей, участвующих в обмене; второй критерий указывает на форму выражения. На готовность к обмену влияет близость ресурсов между собой по этим критериям [39]. Субъективное предпочтение определенных видов ресурсов зависит от личностных черт [38].

Проблема символического значения вещей представляет интерес и для психологии постмодерна. Как отмечает В.А. Янчук, «психология на уровне биологических или первичных оснований может рассматриваться как естественная наука, а на символическом или вторичном уровне — как социальная или “персоналистская” наука. На третичном уровне она является тем, что мы называем “моральная наука”, ибо она более заинтересована в том, как мы выбираем действия: она репрезентирует изучение не того, что есть, а того, что может и должно быть» [26, с. 191]. В рамках структурной лингвистики Ф. де Соссюра [6] отношения между знаком и вещью можно описать в терминах означающего и означаемого. Между ними нет прямой связи (она произвольна), однако связи есть между раз-

ными означающими. Характер нотации определяется конфигурацией смыслов в языке. Сам по себе денотат не так уж значим, поскольку главная функция языка состоит в движении смыслов, а не обозначаемого. Эта идея находит свое развитие у Р. Барта: «Любой предмет этого мира может из замкнуто-немого существования перейти в речевое состояние, открыться для усвоения обществом — ведь никакой закон, ни природный, ни иной, не запрещает нам говорить о чем угодно» [2, с. 265]. При формировании мифа как вторичной семиологической системы вещь-знак становится вещью-означающей. По мнению Н.И. Лобановой, семиотическая деятельность вещи определяется соотношением и взаимодействием двух категориальных пар «функция — знак» и «знак — символ» [11]. При этом знаковые свойства вещи можно рассматривать как одну из ее функций, тогда как символические свойства противоположны знаковым. Утрату соотнесенности вещей и знаков в эпоху гиперреальности подробно обсуждает Ж. Бодрийяр. По его словам, «теперь все знаки обмениваются друг на друга, но не обмениваются больше ни на что реальное» [3, с. 52].

В детской игре предмет используется не по своему основному назначению, а как символ другого предмета. Игровое употребление предметов определяется ролью, которую берет на себя ребенок. По мнению Д.Б. Эльконина, «роль и органически с ней связанные действия представляют собой основную, далее неразложимую единицу развитой формы игры. В ней в нерасторжимом единстве представлены аффективно-мотивационная и операционально-техническая стороны деятельности» [25, с. 320]. Вообще говоря, неотделимость мысли от вещи характерна для первобытного мироустройства (анимизм). В современности ребенок также не может полностью

дифференцировать себя, свои мысли или чувства и вещи окружающего мира [10; 18]. Одной из перверсий является объектофилия, проявляющаяся во влечении к определенным неодушевленным объектам. Семиотический механизм проявляется и в формировании телесности, что позволяет объяснить многие психосоматические феномены нарушением баланса реальности-семиотичности [17]. Еще в конце XIX в. У. Джемс писал: «Очевидно, мы имеем дело с изменчивым материалом: тот же самый предмет рассматривается нами, иногда как часть нашей личности, иногда просто как наш и иногда — как будто у нас нет с ним ничего общего» [7, с. 146]. Специфическим следствием символизации вещей выступает «семиотическая опасность». При повышенной тревожности и потере контроля над происходящим может возникать гиперсемиотизация — склонность видеть несуществующие знаки, в том числе в повседневно встречающихся вещах [1].

Проявления психологических функций вещей подробно описывают С.К. Нартова-Бочавер, К.А. Бочавер и С.Ю. Бочавер [14]. Авторы отмечают, что «язык вещей дублирует человеческие отношения, фиксирует симпатию-антипатию, значимые события» [14, с. 120], «может использоваться и для унижения, и для подавления одного человека другим» [14, с. 124], «вещи могут замещать собой людей, недостающие способности, психологические качества» [14, с. 128], «отношение к человеку переносится на его имущество, и наоборот» [14, с. 135]. В этой книге приведено множество конкретных примеров символического взаимодействия человека с вещами, но нет сведений о каких-либо эмпирических исследованиях.

Таким образом, символизация вещей обсуждается в философии, экономике, культурологии и семиотике. При этом в психологии отсутствует единая теория,

объясняющая участие вещей в социальном взаимодействии. Анализ литературы позволяет выделить ряд общих положений. Человечество создает вещи для удовлетворения своих потребностей и тем самым формирует культуру. При взаимодействии человека и вещи актуализируется какая-либо потребность, при этом субъективная ценность вещи определяется возможностью удовлетворить эту потребность. Благодаря склонности к символизации человек наделяет вещь способностью удовлетворять нематериальные потребности, в том числе связанные с жизнью в обществе. Для каждого человека можно выделить как индивидуально значимые, так и коллективно значимые вещи-символы. Первые возникают при включении человека в уникальные межличностные взаимодействия, опосредованные конкретной вещью, вторые являются продуктом общественного отношения к определенным вещам в целом.

Цель нашего исследования — изучить выраженность и особенности переноса отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно. Исходя из этого, мы выдвинули следующие теоретические гипотезы:

- 1) Отношение к человеку влияет на привлекательность вещи, являющейся продуктом его труда;
- 2) Совершение с вещью символических действий меняет отношение к создавшему ее человеку.

Для проверки этих гипотез был спланирован онлайн-эксперимент, моделирующий влияние отношения к человеку на привлекательность продукта его труда и влияние уничтожения продукта труда на отношение к создавшему его человеку. Основу эксперимента составила вымышленная ситуация: 10 постояльцев санатория представили на конкурс выращенные ими цветы. Участникам ис-

следования требовалось выразить свое отношение к персонажам и ассоциированным с ними цветам, а также принять решение о сохранении или уничтожении части цветов (подробнее в разделе «Метод»). В соответствии с теоретическими предположениями были выдвинуты эмпирические гипотезы:

1) Оценка, сила и активность персонажа влияют на привлекательность выращенных им цветов и готовность их сохранить;

2) Сохранение или уничтожение цветов и оценивание их привлекательности влияют на оценку, силу и активность выращившего их персонажа.

Метод

Предварительное исследование проводилось в 2018 г. и было направлено на создание стимульного материала для основного этапа исследования. Нами были

подготовлены 32 комплекта из 3 фотографий цветов (использовался фотоаппарат Nikon D3300 с объективом AF-S DX Nikkor 55–200mm f/4–5,6G ED VR II). Респондентам (20 женщин, 10 мужчин) было предложено оценить эти комплекты по 5-балльной шкале Ликерта от «Не нравится» до «Нравится». Здесь и далее сбор данных проводился с помощью платформы «Мастер-тесты» интегрированной системы интернет-сервисов «НТ-Line», предоставленной Инновационным центром «Гуманитарные технологии». При обработке данных привлекательность стимульного материала оценивалась в процентах от максимально возможного балла. Были отобраны 10 комплектов фотографий, которые оценивались наиболее нейтрально (средний процент предпочтения $56,6 \pm 2,3$). Стимульный материал представлен в табл. 1.

Таблица 1

Стимульный материал (комплекты фотографий цветов)

№	Фотографии	Оценка	№	Фотографии	Оценка
1		53,3%	6		56,7%
2		54,2%	7		57,5%
3		54,2%	8		58,3%
4		55,0%	9		59,2%
5		56,7%	10		60,8%

Схема проведения основного исследования. Онлайн-эксперимент проводился в 2018–2021 гг. Испытуемым было предложено выполнить 4 блока авторской методики, которые предварялись приветствием: «Здравствуйте! Наша исследовательская группа проводит научную работу о символическом значении вещей. Просим вас помочь нам и пройти данное исследование. Это займет не более 20 минут».

I. Перед выполнением первого блока испытуемые получали инструкцию:

«В исследовании символического значения вещей нам помогают сотрудники и пациенты подмосковного санатория. Санаторий расположен в чистых экологических условиях и предоставляет профилактические и расслабляющие процедуры высокого класса. При разрешении руководства нам были выданы анонимные биографии ряда пациентов.»

Предлагаем вам внимательно ознакомиться с краткими описаниями некоторых постояльцев санатория:

1. Преподаватель русского языка и литературы. Посетил санаторий впервые на небольшой срок. Путевку получил в подарок — родители учеников подарили посещение санатория за внимательное отношение к детям.

2. Домохозяйка. Жена обеспеченного мужа, приезжает в санаторий вдвоем с мужчиной около раза в год. У женщины двое взрослых детей, занимается кулинарией и дизайном, а также сопровождает мужа в его путешествиях.

3. Бывший заключенный. Отбывал срок в подмосковной тюрьме, посетил санаторий впервые на небольшой период. Несколько лет назад убил человека в состоянии алкогольного опьянения, за что был осужден на несколько лет. В содеянном раскаивался, во время убийства находился в ограниченно вменяемом состоянии, за что приговор был смягчен. После

выхода на свободу еще живые родители подарили сыну путевку в санаторий, чтобы он смог адаптироваться и отойти от тюремного заключения.

4. Депутат. Посещает санаторий регулярно каждый год на протяжении последних четырех лет.

5. Программист после пневмонии. Молодой человек, переболевший недавно воспалением легких, посетил санаторий впервые на небольшой срок. Работает в сфере IT, путевку приобрел на свои средства совместно с родителями. В санаторий приехал для профилактики, отдыха и восстановления после болезни.

6. Военный в отставке. Пожилой мужчина, приезжает раз в пару лет на отдых со своей женой.

7. Священнослужитель. Приезжает несколько раз в год со всей своей семьей. Имеет церковный сан, служит в церкви.

8. Чиновник. Посещает санаторий каждый год.

9. Иностранец. Посетил санаторий впервые, родом из Китая. В санатории отдыхает с семьей, ведет себя зачастую шумно и не совсем культурно.

10. Финансист. Мужчина среднего возраста, приезжает в санаторий раз в пару лет поправлять здоровье. В 90-х годах в России приобрел состояние, имея денежную биржу. В настоящее время также работает в финансовой сфере.

В следующих заданиях просим выразить ваше отношение к описанным людям в заданных категориях. Будут представлены следующие категории:

1. “Хороший — Плохой”;
2. “Сильный — Слабый”;
3. “Активный — Пассивный”.

Категория “Хороший” включает в себя людей чистосердечных, добрых, душевных. Категория “Плохой” включает людей безнравственных, злонамеренных, негодяев.

К категории “Сильный” относятся люди волевые, непоколебимые, уверенные. К категории “Слабый” — слабохарактерные, беспомощные, нерешительные.

В категорию “Активный” попадают люди энергичные, инициативные, деятельные. В категорию “Пассивный” — вялые, безынициативные, инертные.

При соотношении людей и биографий опирайтесь на свой субъективный опыт — категории могут трактоваться несколько шире, чем указано выше.

Используя ползунок, установите значение, соответствующее вашей оценке: (2) — сильно выражено; (1) — скорее выражено, чем нет; (0) — нейтрально; (1) — скорее выражено, чем нет; (2) — сильно выражено.

В любой момент вы можете нажать “Инструкция к блоку”, чтобы снова прочитать краткие биографии постояльцев».

Выбор категорий обусловлен практикой применения метода семантического дифференциала (СД), согласно которой базисными шкалами являются «оценка» («Хороший — Плохой»), «сила» («Сильный — Слабый») и «активность» («Активный — Пассивный») [20; 22; 34]. По словам А.Г. Шмелева, «оценочное шкалирование по СД дает психологу ценную информацию о наиболее общих параметрах возможного поведения испытуемого — с точки зрения направления “к или от” (удовольствие-неудовольствие) по отношению к определенным объектам и ситуациям, а также об общих энергетических особенностях реализации этого поведения. СД нередко применяется для измерения социальных установок — как средство выявления одного из трех компонентов установки, а именно — эмотивного (в меньшей степени когнитивного и поведенческого)» [24, с. 71].

II. Перед выполнением второго блока испытуемые получали инструкцию:

«На следующем этапе исследования оцениваться будут уже не люди, а символы — цветы. В санатории, с которым мы сотрудничаем, есть зимний сад, расположенный в главном корпусе. Недавно персонал санатория предложил пациентам принять участие в конкурсе по выращиванию самого красивого растения для зимнего сада. Многим постояльцам, включая вышеуказанных, были розданы семена, проведены мастер-классы по выращиванию растений и выданы необходимые материалы.

Каждый постоялец выставляет на конкурс по три цветка, которые оцениваются вместе. Спустя определенный срок будет проведен финал конкурса на лучшую тройку цветов. Растения того постояльца, цветы которого оценят наивысшими баллами, будут высажены в центре зимнего сада, второе и третье места — на входе в зимний сад. Остальные растения будут уничтожены. Кроме того, победителю в конкурсе полагается приз в виде путевки на двоих на месяц в санаторий.

Нам предоставили фотографии выращенных растений постояльцев, чьи биографии были описаны ранее. Мы просим вас оценить растения по привлекательности, что поможет и нашему научному исследованию, и конкурсу в санатории. Оценки растений мы передадим персоналу санатория, так что ваш голос повлияет на то, кто станет победителем конкурса.

Используя ползунок, установите значение, соответствующее вашей оценке: (2) — очень не нравится; (1) — не нравится; (0) — нейтрально; (1) — нравится; (2) — очень нравится».

III. Перед выполнением третьего блока испытуемые получали инструкцию:

«Далее для более точной оценки в исследовании просим вас повторить процедуру оценивания цветов, только в этот раз выберите те пять растений, которые,

по вашему мнению, не достойны призового места и расположения в ботаническом саду. Так как санаторий включает медико-санитарные услуги, на территории комплекса должны быть необходимые санитарно-гигиенические условия. Для данного конкурса было сделано временное исключение, однако после финала территорию необходимо расчистить. Выбранные вами на данном этапе растения будут уничтожены и утилизированы путем закапывания на техническом дворе комплекса.

Просим вас отобрать ровно 5 троек цветов из 10 для уничтожения».

В блоках II и III для каждого персонажа предъявлялся свой набор цветов; порядковые номера персонажей (инструкция к блоку I) и наборов цветов (табл. 1) соответствуют друг другу.

IV. Перед выполнением четвертого блока испытуемые получали инструкцию:

«На последнем этапе просим вас повторно оценить постояльцев санатория. Не обязательно вспоминать именно те оценки, что вы дали на первом этапе — нам интересно узнать ваше мнение как в начале, так и в конце исследования».

Далее предъявлялись краткие биографии постояльцев аналогично инструкции к блоку I.

«В любой момент вы можете нажать “Инструкция к блоку”, чтобы снова прочитать краткие биографии постояльцев».

Общая схема исследования представлена на рис. 1.

Последовательность блоков моделирует перенос отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно. Переход от теоретических к эмпирическим гипотезам осуществляется следующим образом. Первичное оценивание персонажей по базисным шкалам СД (I) операционализирует исходное отношение к человеку, а оценивание привлекательности цветов (II) — привлекатель-

ность продукта труда, ассоциированного с определенным человеком. Дополнительно на привлекательность указывает решение не уничтожать соответствующие цветы (III). Оценивание привлекательности цветов (II) и принятие решения об их сохранении или уничтожении (III) операционализируют совершение с вещью символических действий, а повторное оценивание персонажей (IV) — новое отношение к создавшему ее человеку. Отметим, что выдвинутые выше эмпирические гипотезы носят рабочий характер, поскольку до проведения исследования мы не знаем, какие из базисных шкал СД наиболее подвержены изучаемому переносу, и насколько сильно каждое из символических действий меняет отношение к создателям вещей.

Выборка. Участники основного этапа не участвовали в предварительном исследовании. Методику выполнили 151 человек. После анализа распределения времени прохождения были удалены результаты 19 испытуемых, потративших на работу менее 4,5 минут. В среднем выполнение методики занимало 10 минут. Финальная выборка составила 132 человека, из них 111 женщин и 21 мужчина, в возрасте от 17 до 55 лет ($M = 31,3 \pm 9,7$).

Статистика. Использовались программы IBM SPSS Statistics 22.0.0.0 и RStudio 2021.09.0-351 (пакеты corrplot, ggplot2, lsr). Для оценки связи между ненормально распределенными переменными вычислялся коэффициент корреляции Спирмена (ρ), между нормально распределенными метрическими переменными — коэффициент корреляции Пирсона (r). Различия между двумя связанными выборками в непараметрической модели оценивались с помощью W -критерия Уилкоксона. Для перевода в шкалу интервалов данных, исходно представленных в шкале порядка, про-

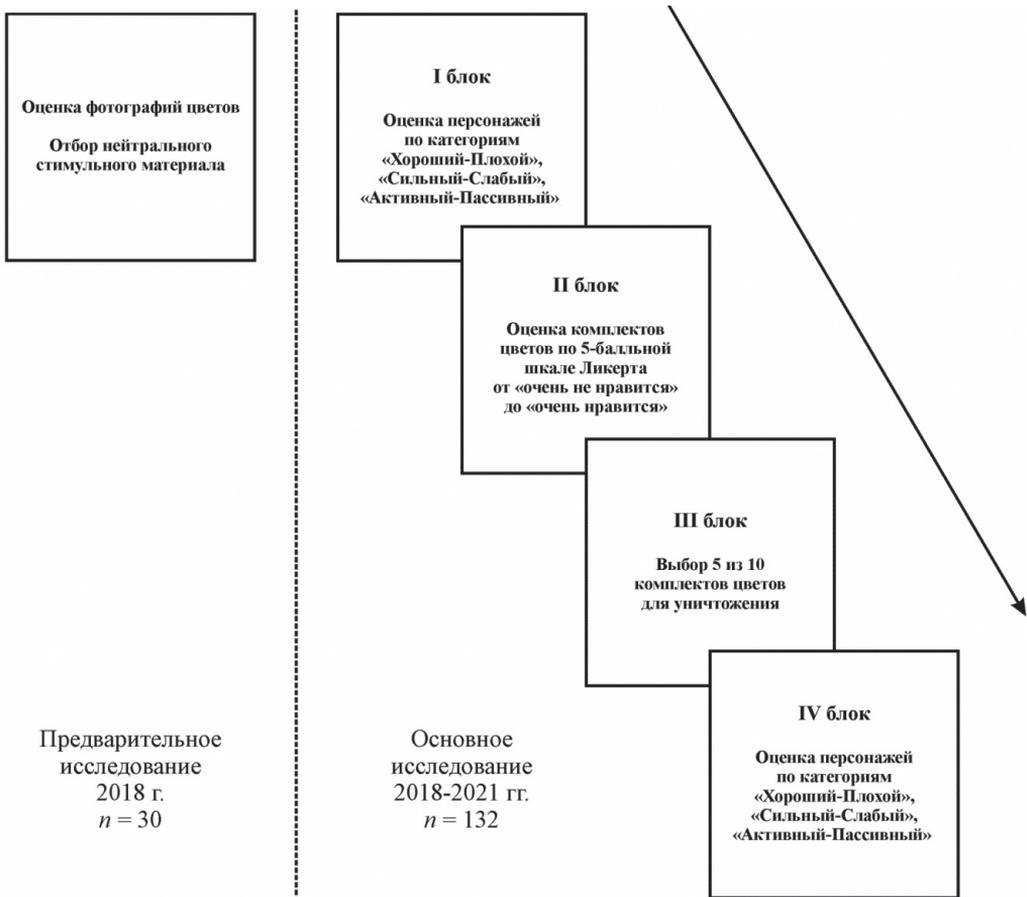


Рис. 1. Дизайн исследования

водилась процентильная стандартизация (форсированная нормализация). Для количественной оценки вероятностей вычислялся логарифм шанса (логит). В параметрической модели значимость различий между группами оценивалась с помощью t -критерия Стьюдента, для оценки размера эффекта использовался коэффициент d -Коэна. Дисперсионный анализ с повторными измерениями применялся для выявления различий в эффекте воздействия на разные группы (F), для оценки величины эффекта межфак-

торного взаимодействия использовался коэффициент η_p^2 .

Результаты

Размещение персонажей в пространстве категорий «Хороший — Плохой», «Сильный — Слабый», «Активный — Пассивный» (здесь и далее при описании двухполюсных шкал сначала указан нижний полюс) представлено на рис. 2–4. В каждом случае точками показаны первичная (блок I) и вторичная (блок IV) оценки, стрелкой — сдвиг между ними.

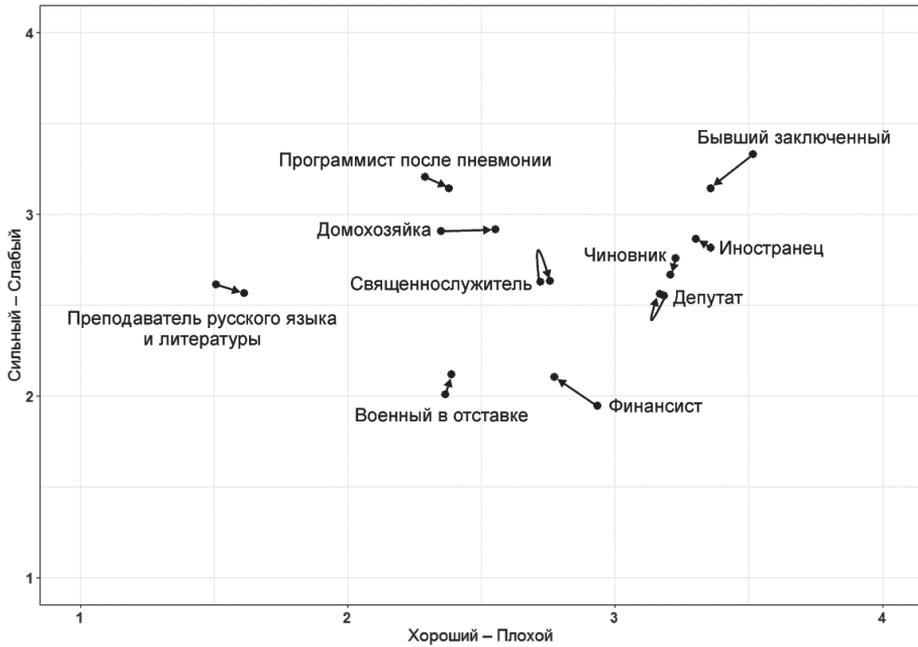


Рис. 2. Размещение персонажей в пространстве шкал «оценка» и «сила»

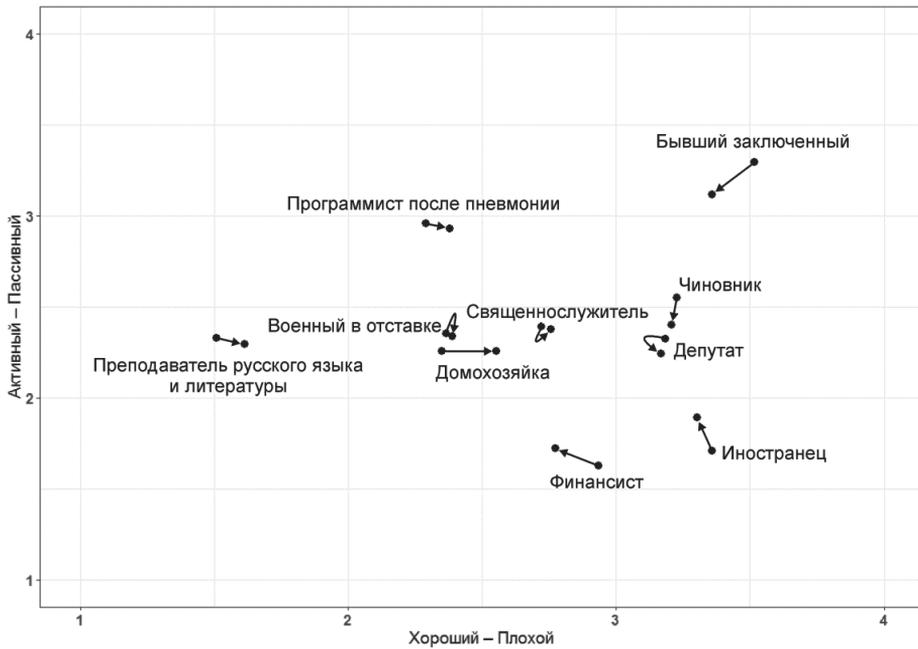


Рис. 3. Размещение персонажей в пространстве шкал «оценка» и «активность»

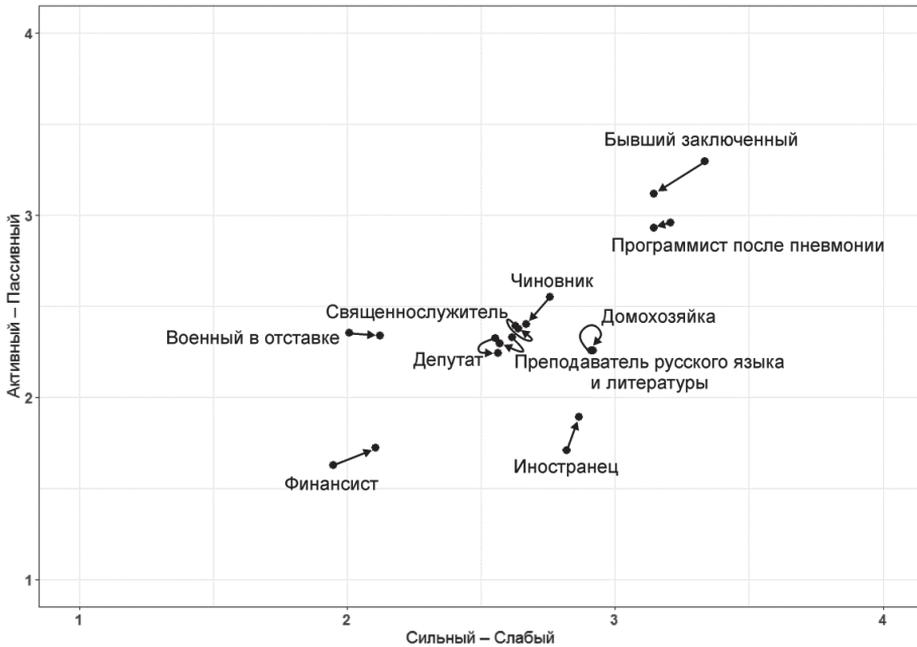


Рис. 4. Размещение персонажей в пространстве шкал «сила» и «активность»

Шкала «оценка» независима от двух других шкал; шкалы «сила» и «активность» связаны между собой на среднем уровне: $\rho = 0,53, p = 0,016$. По-видимому, низкая когнитивная сложность обусловлена опорой испытуемых на житейские представления и социальные стереотипы.

В табл. 2 приведены усредненные оценки ассоциированных с персонажами комплектов цветов по шкале Ликерта от «очень не нравится» до «очень нравится» (II) и готовность сохранить эти цветы (III), измеренная в логитах: $\ln(p/(1-p))$, где p – вероятность сохранения, а $1-p$ – вероятность уничтожения.

Привлекательность стимульного материала (табл. 1) не связана ни с оценками персонажей (I и IV), ни с оценками цветов (II и III), что подтверждает его исходную нейтральность. Средний процент предпочтения составил $52,4 \pm 11,7$

(значимо не отличается от результатов предварительного исследования).

При анализе усредненных результатов по персонажам оценка цветов (II) связана со шкалой «сила» при первичной ($\rho = -0,75, p = 0,013$) и вторичной ($\rho = -0,75, p = 0,012$) оценках персонажей (I и IV): чем слабее персонаж, тем меньше нравятся выращенные им цветы.

Обобщенный анализ дает представление о работоспособности методики. Однако он не позволяет проверить выдвинутые гипотезы, поскольку испытуемые различались между собой по отношению к разным персонажам и выращенным ими цветам. Для решения этой проблемы были применены два способа анализа результатов. При последующих расчетах исходные данные были подвергнуты процентильной стандартизации с переводом в z-оценки (0 ± 1).

Оценка цветов и готовность их сохранить

№	Персонажи	Не нравится – Нравится (от –2 до 2)	Готовность сохранить (логит)
1	Преподаватель русского языка и литературы	0,45	1,06
2	Домохозяйка	0,07	0,24
3	Бывший заключенный	0,41	0,31
4	Депутат	0,48	0,34
5	Программист после пневмонии	0,37	0,40
6	Военный в отставке	0,60	0,34
7	Священнослужитель	0,26	–0,69
8	Чиновник	0,52	0,12
9	Иностранец	0,42	–0,15
10	Финансист	0,84	1,18

Первый способ заключался в выделении для каждого испытуемого групп цветов, получивших минимальную и максимальную оценки при выполнении блока II. Были удалены результаты 7 участников исследования, оценивших все комплекты цветов одинаково. В дополнение к первичным переменным были вычислены сдвиги по шкалам «Хороший – Плохой», «Сильный – Слабый», «Активный – Пассивный», отражающие изменение отношения к персонажам при повторном оценивании. В табл. 3 представлены результаты сравнения средних значений по всем переменным в группах персонажей, ассоциированных с наиболее и наименее понравившимися цветами.

Значимые различия по сдвигу имеются только в отношении шкалы «Хороший – Плохой»: персонажи, чьи цветы не понравились, при повторном оценивании воспринимаются хуже, и наоборот. Эта закономерность показана на рис. 5. Взаимодействие внутригруппового и межгруппового факторов значимо: $F = 3,88, p = 0,05, \eta^2_p = 0,015$.

Второй способ анализа заключался в выделении для каждого испытуемого

групп цветов, которые он решил сохранить или уничтожить при выполнении блока III. Только 58 человек правильно выполнили инструкцию, уничтожив ровно 5 комплектов цветов. Остальные сохраняли от 2 до 10 комплектов. Были удалены результаты 8 участников исследования, которые уничтожили менее 2 комплектов цветов. В табл. 4 представлены результаты сравнения средних значений по всем переменным в группах персонажей, ассоциированных с сохраненными и уничтоженными цветами.

Значимые различия по сдвигу имеются только в отношении шкалы «Активный – Пассивный»: персонажи, чьи цветы были уничтожены, при повторном оценивании воспринимаются пассивнее, и наоборот. Эта закономерность показана на рис. 6. Взаимодействие факторов значимо: $F = 6,34, p = 0,012, \eta^2_p = 0,025$.

Обсуждение результатов

Нами были выявлены следующие закономерности. Во-первых, чем лучше воспринимается человек, тем выше веро-

Таблица 3

Различия между персонажами, выращившими наиболее и наименее предпочитаемые цветы

Переменные, верхний полюс (блок)	Группы цветов		Размер эффекта и значимость различий	
	Больше всего понравились	Меньше всего понравились	<i>d</i>	<i>p</i>
Плохой (I)	-0,01 ± 0,69	0,08 ± 0,67	0,13	0,27
Плохой (IV)	-0,07 ± 0,71	0,14 ± 0,73	0,29	0,01
Плохой (сдвиг)	-0,06 ± 0,45	0,06 ± 0,48	0,25	0,02
Слабый (I)	-0,01 ± 0,69	0,06 ± 0,67	0,1	0,33
Слабый (IV)	0,01 ± 0,74	0,09 ± 0,68	0,12	0,27
Слабый (сдвиг)	0,01 ± 0,53	0,03 ± 0,56	0,03	0,8
Пассивный (I)	-0,03 ± 0,65	0,11 ± 0,67	0,21	0,052
Пассивный (IV)	-0,04 ± 0,72	0,13 ± 0,68	0,24	0,04
Пассивный (сдвиг)	0 ± 0,52	0,02 ± 0,53	0,05	0,69
Готовность сохранить цветы (III)	1,13 ± 0,85	-0,51 ± 1,06	-1,71	< 0,001

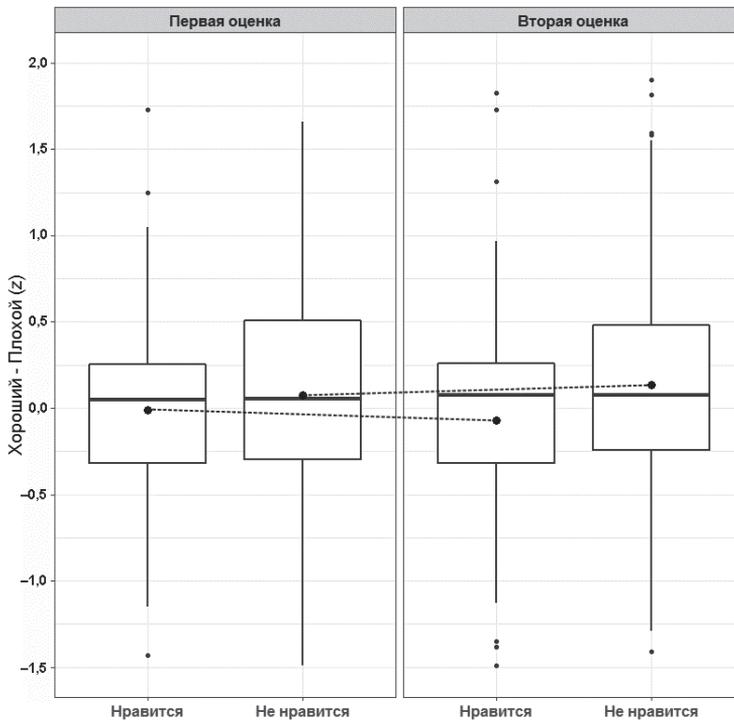


Рис. 5. Различия в сдвиге по шкале «Хороший – Плохой» между персонажами, выращившими наиболее и наименее предпочитаемые цветы

Таблица 4

Различия между персонажами, выращившими сохраненные и уничтоженные цветы

Переменные, верхний полюс (блок)	Группы цветов		Размер эффекта и значимость различий	
	Сохранены	Уничтожены	<i>d</i>	<i>p</i>
Плохой (I)	-0,07 ± 0,41	0,1 ± 0,54	0,37	< 0,001
Плохой (IV)	-0,12 ± 0,52	0,12 ± 0,57	0,44	< 0,001
Плохой (сдвиг)	-0,04 ± 0,39	0,02 ± 0,37	0,17	0,14
Слабый (I)	-0,04 ± 0,45	0,04 ± 0,51	0,18	0,07
Слабый (IV)	-0,02 ± 0,48	0,01 ± 0,53	0,06	0,53
Слабый (сдвиг)	0,02 ± 0,33	-0,03 ± 0,41	-0,15	0,25
Пассивный (I)	0 ± 0,44	0,03 ± 0,49	0,06	0,54
Пассивный (IV)	-0,05 ± 0,51	0,11 ± 0,52	0,3	0,004
Пассивный (сдвиг)	-0,05 ± 0,35	0,08 ± 0,44	0,32	0,02
Нравится (II)	0,26 ± 0,58	-0,36 ± 0,67	-0,98	< 0,001

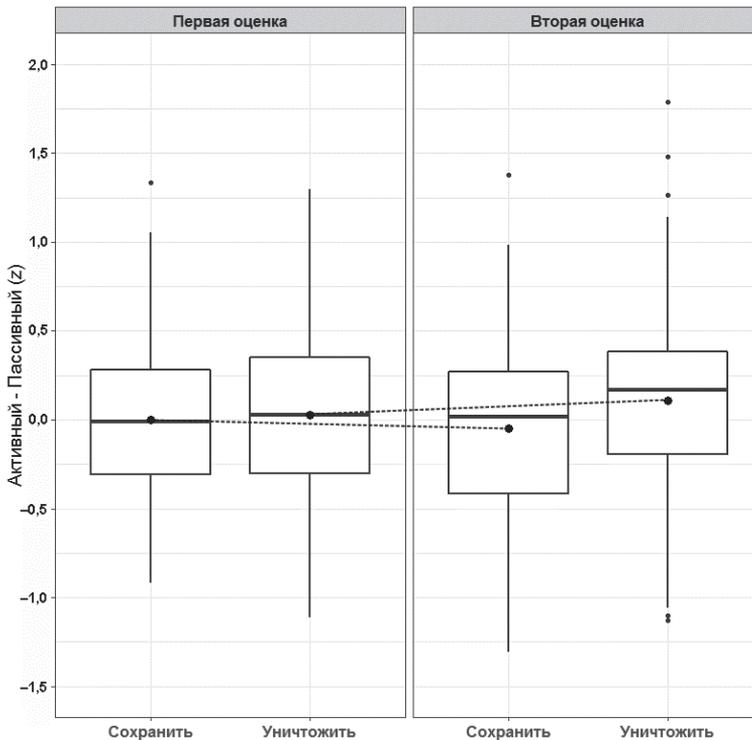


Рис. 6. Различия в сдвиге по шкале «Активный – Пассивный» между персонажами, выращившими сохраненные и уничтоженные цветы

ятность того, что выращенные им цветы захотят сохранить. Привлекательность цветов практически не зависит от отношения к выращившим их людям. Во-вторых, после оценивания цветов и принятия решения об уничтожении части из них связь между оценкой человека и оценкой выращенных им цветов усиливается. Персонажи, выращившие более привлекательные цветы, воспринимаются лучше и активнее. Это же касается персонажей, выращивших цветы, которые было решено сохранить. В-третьих, для отделения влияния отношения к человеку на оценку продуктов его труда от влияния символических действий с вещами на отношение к создавшему их человеку оценивались различия в изменении отношения к персонажам. Обнаружено, что оценивание цветов влияет на сдвиг по шкале «Хороший — Плохой», а сохранение/уничтожение цветов — на сдвиг по шкале «Активный — Пассивный».

Интересно, что исходная активность персонажа не влияет на решение сохранить цветы. Однако после совершения с цветами символического действия более пассивными воспринимаются персонажи, выращившие уничтоженные цветы. Возможно, испытуемые ожидают от персонажей активную борьбу за продукты своего труда, а отсутствие этой борьбы расценивается как пассивность. Сформировавшаяся в обиходных ситуациях готовность к определенному поведению окружающих сопровождается перестройкой социального восприятия при столкновении с неожиданным поведением (отсутствием ожидаемого поведения) других людей.

Отметим, что перенос отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно подразделяется на несколько процессов. Формирование отношения к вещи на основе отношения к ее создателю отражает организацию социального восприятия с использованием

перцептивных схем. На восприятие влияют ментальные представления, интерпретации и упрощения реальности, которые обычно не осознаются их носителем. В соответствии с теорией И. Гофмана [30] вещь выступает в качестве фрейма, соединяющего индивидуальное действие с социальной структурой. Отношение к человеку после совершения с продуктом его труда символического действия меняется согласно накопленному опыту социального взаимодействия. В рамках теории интерактивных ритуалов Р. Коллинза [27] физический объект рассматривается как элемент ритуального взаимодействия, несущий с собой социальные воздействия и вызывающий определенное эмоциональное отношение. Даже вне непосредственного взаимодействия вещь выступает в роли символа конкретной интеракции. Полагаем, что при формировании перцептивной схемы исходно нейтральная вещь становится вещью-означающей. Взаимодействие с вещью модифицирует означаемую перцептивную схему, связывающую восприятие вещи и отношение к человеку. Модифицированная перцептивная схема направляет восприятие качеств человека при последующем взаимодействии с ним.

Результаты исследования также можно интерпретировать как проявление динамики социальных установок. Как отмечает А.Г. Шмелев, «помещая стимульный объект на положительный полюс фактора Оценка в семантическом пространстве, субъект, сам того не осознавая, выражает свое удовольствие этим стимульным объектом. Точно так же, помещая его на полюс “сильный”, субъект испытывает “напряжение”: в бихевиористском смысле это означает, что посредствующая репрезентативная реакция подготавливает испытуемого к значительному статическому усилию,

напряжению при взаимодействии с этим объектом. Помещая стимульный объект на полюс “слабый”, субъект испытывает “расслабление”. Попадание стимульного объекта на полюс “активный” означает, что субъект испытывает “возбуждение”, т.е. подготавливается к быстрым действиям при встрече с динамичным объектом» [24, с. 71]. Анализ отзывов и комментариев, оставленных испытуемыми после завершения эксперимента, позволяет считать роль когнитивного компонента наименьшей. Несмотря на это, нельзя исключать неосознаваемого влияния эмоций на восприятие. Для уточнения роли разных компонентов социальной установки при проведении новых исследований следует использовать больше шкал СД и затем проводить их факторизацию. Кроме того, желательно задействовать денотативные признаки, которые помогут развести между собой аффективный, когнитивный и операциональный компоненты установки. Поскольку время работы с методикой в этом случае увеличится, важно добиться уверенного запоминания испытуемыми биографий персонажей.

Полученные результаты характеризуются размером эффекта ниже среднего. Наше исследование можно отнести к ориентирующим экспериментам, которые «исследуют малоизвестные ситуации, ставят новые проблемы, задают направление теоретическим изысканиям» [22, с. 55]. Мы отдаем себе отчет в том, что экологическая валидность этого эксперимента может быть невысокой. Придуманная ситуация могла восприниматься недостаточно реалистично. Кроме того, приоритет означающего над означаемым может по-разному проявляться при непосредственном взаимодействии с реальными предметами и виртуальном взаимодействии с их фотографиями.

Еще одна проблема состоит в том, что люди различаются между собой по склонности относиться к вещам как к символам. В 2020 г. независимо от описанного исследования были созданы пилотные версии двух опросников на символизацию вещей. Первый опросник состоял из 100 пунктов, второй — из 92, выборки апробации — 57 и 42 человека соответственно. Не было обнаружено связи измеряемого свойства с полом и возрастом. В обоих случаях отмечалась большая встречаемость людей с низкой склонностью к символизации вещей. Также была обнаружена связь символизации с личностной предрасположенностью к формированию многозначного контекста [23]: $r = 0,33$, $p = 0,013$ и $r = 0,34$, $p = 0,018$. В дальнейших исследованиях целесообразно включать склонность к символизации вещей в эксперимент в качестве дополнительной переменной.

Выводы

Результаты проведенного исследования позволяют уточнить наше понимание особенностей переноса отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно. Первая эмпирическая гипотеза была верифицирована лишь частично. Вызываемое персонажем удовольствие влияет на готовность сохранить выращенные им цветы, при этом сила и активность персонажа роли не играют. Отношение к персонажу практически не влияет на привлекательность выращенных им цветов. С учетом этого нельзя принять первую теоретическую гипотезу в исходной формулировке. Предполагаемое влияние отношения к человеку на привлекательность продукта его труда не находит своего подтверждения. Вместе с тем можно сделать вывод о том, что отношение к человеку влияет на готовность сохранить созданную им вещь.

Вторая эмпирическая гипотеза большей частью верифицирована. Сохранение или уничтожение цветов влияет на воспринимаемую активность выросшего их персонажа, а оценивание их привлекательности влияет на вызываемое персонажем удовольствие. В то же время сила персонажа не меняется. Принимая вторую теоретическую гипотезу, можно сделать вывод о том, что совершение с вещью символических действий меняет отношение к создавшему ее человеку.

Таким образом, перенос отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно существует, но не является непосредственным. Восприятие качеств человека трансформируется в процессе взаимодействия с вещами, являющимися продолжением его личности. При этом вещь может символизировать не всего человека, а определенный аспект отношения к нему. Важными факторами являются возникающая эмоция

и поведенческое решение. В частности, привлекательность вещи связана с оценкой человека как хорошего или плохого, а сохранение вещи или избавление от нее влияет на воспринимаемую активность или пассивность.

Представляется оправданным дальнейшее развитие психологии вещей. Перспективы будущих исследований состоят в выявлении индивидуальных различий в склонности к символизации вещей в повседневных социальных ситуациях и разных видах межличностных отношений. Не менее важен учет потребностей, актуализируемых при включении вещей в социальный контекст. Варьирование условий последующих экспериментов может уточнить и дополнить имеющиеся результаты. Надеемся, что последующее сужение диапазона интерпретаций позволит перейти к разработке теории, обладающей не только объяснительной, но и предсказательной силой.

Литература

1. *Архипова А.С., Кирзюк А.А.* Опасные советские вещи: Городские легенды и страхи в СССР. М.: Новое литературное обозрение, 2020. 536 с.
2. *Барт Р.* Мифологии: пер. с фр. М.: Академический Проект, 2010. 351 с.
3. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть: пер. с фр. 5-е изд. М.: «Добросвет»; «Издательство “КДУ”», 2013. 392 с.
4. *Борхес Х.Л.* Хуан Муранья // Борхес Х.Л. Проза разных лет: Сборник: пер. с исп. / Составл. и предисловие И. Тертерян; Комментарий Б. Дубинина. М.: Радуга, 1989. С. 254–257.
5. *Де Бросс Ш.* О фетишизме: пер. с фр. / Общ. ред. и предисл. М.И. Шахновича; перевод, примеч. и библиограф. очерк Л.Р. Дунаевского. М.: «Мысль», 1973. 207 с.
6. *Де Соссюр Ф.* Курс общей лингвистики: пер. с фр. / Под ред. и с примеч. Р.И. Шор. М.: УРСС, 2004. 271 с.
7. *Джемс У.* Психология: пер. с англ. 6-е русское изд. СПб.: Изд. К.Л. Риккера, 1911. 446 с.
8. *Донской Б.Л.* Реальная действительность: Что такое вещь? М.: КомКнига, 2006. 96 с.
9. *Емелин В.А.* Будущее труда и психология техники // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2021. № 2. С. 41–57. DOI:10.11621/vsp.2021.02.03
10. *Журавлев И.В., Тхостов А.Ш.* Субъективность как граница: топологическая и генетическая модели // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 3. С. 5–12.
11. *Лобанова Н.И.* Вещь между знаком и символом (о семиотической деятельности вещи) // Манускрипт. 2019. Т. 12. Вып. 10. С. 202–208. DOI:10.30853/manuscript.2019.10.40
12. *Маркс К.* Капитал: Критика политической экономии: пер. с нем. Т. 1. Кн. 1: Процесс производства капитала. М.: Гос. изд-во полит. лит., 1952. 794 с.

13. *Мухина В.С.* Возрастная психология. Феноменология развития: учебник для студ. высш. учеб. заведений. 10-е изд., перераб. и доп. М.: Издательский центр «Академия», 2006. 608 с.
14. *Нартова-Бочавер С.К., Бочавер К.А., Бочавер С.Ю.* Жизненное пространство семьи: объединение и разделение. М.: Генезис, 2011. 320 с.
15. *Орлова Э.А.* История антропологических учений: Учебник для студентов педагогических вузов. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2010. 621 с.
16. *Пивоев В.М.* Философия культуры: Учебное пособие для вузов. 3-е изд. М.: Академический Проект; Гаудеамус, 2009. 426 с.
17. Психосемиотика телесности / Журавлев И.В. [и др.]; Под общ. ред. и с предисл. И.В. Журавлева, Е.С. Никитиной. 2-е изд. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 152 с.
18. *Режабек Е.Я.* Мифомышление: Когнитивный анализ. 3-е изд. М.: ЛЕНАНД, 2018. 304 с.
19. *Рождественский Ю.В.* Введение в культуроведение. М.: ТОО «ЧеРо», 1996. 288 с.
20. *Серкин В.П.* Психосемантика: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2020. 318 с.
21. Социальная психология в современном мире: Учебное пособие для вузов / Алавидзе Т.Л. [и др.]; Под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова. М.: Аспект Пресс, 2002. 335 с.
22. Социальная психология: Практикум: Учеб. пособие для студентов вузов / Андреева Г.М. [и др.]; Под ред. Т.В. Фоломеевой. М.: Аспект Пресс, 2006. 480 с.
23. *Хохлов Н.А., Ласков Г.Д.* Разработка и апробация методик диагностики предрасположенности к формированию однозначного или многозначного контекста // Психологическая наука и образование. 2019. Т. 24. № 3. С. 95–107. DOI:10.17759/pse.2019240309
24. *Шмелев А.Г.* Психодиагностика личностных черт. СПб.: Речь, 2002. 480 с.
25. *Эльконин Д.Б.* Избранные психологические труды / Под ред. В.В. Давыдова, В.П. Зинченко. М.: Педагогика, 1989. 560 с.
26. *Янчук В.А.* Психология постмодерна // Время как фактор изменений личности: Сборник науч. трудов / Под ред. А.В. Брушлинского, В.А. Поликарпова. Минск: ЕГУ, 2003. С. 175–201.
27. *Collins R.* Interaction Rituals Chains. Princeton: Princeton University Press, 2005. 464 p. DOI:10.1515/9781400851744
28. *Debord G.* The Society of the Spectacle: trans. from French. New York: Zone Books, 1995. 154 p.
29. *Foa E.B., Foa U.G.* Resource theory: Interpersonal behavior as exchange // Social exchange: Advances in theory and research / Eds. K.J. Gergen, M.S. Greenberg, R.H. Willis. New York: Plenum Press, 1980. P. 77–94.
30. *Goffman E.* Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. New York: Harper & Row, 1974. 586 p.
31. Handbook of social resource theory: Theoretical extensions, empirical insights, and social applications / Eds. K. Törnblom, A. Kazemi. New York: Springer, 2012. 470 p. DOI:10.1007/978-1-4614-4175-5
32. *Latour B.* We have never been modern: trans. from French. Cambridge: Harvard University Press, 1993. 168 p.
33. *Latour B.* When things strike back: a possible contribution of ‘science studies’ to the social sciences // British Journal of Sociology. 2000. Vol. 51(1). P. 107–123. DOI:10.1111/J.1468-4446.2000.00107.X
34. *Malafouris L.* Thinking as “Thinging”: Psychology with Things // Current Directions in Psychological Science. 2019. Vol. 29(1). P. 3–8. DOI:10.1177/0963721419873349
35. *Osgood C.E.* The nature and measurement of meaning // Psychological Bulletin. 1952. Vol. 49(3). P. 197–237.
36. *Oyserman D.* Culture as Situated Cognition // Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences / Eds. R. Scott, S. Kosslyn. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2015. P. 1–20. DOI:10.1002/9781118900772.etrds0067

37. Poruciuc A. Axes and Arrows – From Symbolic Things to Signs // *Mankind Quarterly*. 2016. Vol. 56(4). P. 535–545. DOI:10.46469/mq.2016.56.4.3
38. Stangl W. Personality and the structure of resource preferences // *Journal of Economic Psychology*. 1993. Vol. 14(1). P. 1–15. DOI:10.1016/0167-4870(93)90037-L
39. Turner J.L., Foa E.B., Foa U.G. Interpersonal reinforcers: Classification, interrelationship, and some differential properties // *Journal of Personality & Social Psychology*. 1971. Vol. 19(2). P. 168–180. DOI:10.1037/h0031278

References

1. Arkhipova A.S., Kirzyuk A.A. Opasnye sovetskie veshchi: Gorodskie legendy i strakhi v SSSR [Dangerous Soviet things: Urban legends and fears in the USSR]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie, 2020. 536 p. (In Russ.).
2. Bart R. Mifologii: per. s fr. [Mythologies]. Moscow: Akademicheskii Proekt, 2010. 351 p. (In Russ.).
3. Bodriiyar Zh. Simvolicheskiy obmen i smert': per. s fr. [Symbolic exchange and death]. 5-e izd. Moscow: Dobrosvet; Publ. "KDU", 2013. 392 p. (In Russ.).
4. Borkhes Kh.L. Khuan Muran'ya [Juan Muraña]. In Borkhes Kh.L. *Proza raznykh let: Sbornik: per. s isp. [Prose from various years: Collection]*. Terteryan I. (ed.). Moscow: Raduga, 1989, pp. 254–257. (In Russ.).
5. De Bross Sh. O fetishizme: per. s fr. [On fetishism]. Shakhnovich M.I. (ed.). Moscow: "Mysl'", 1973. 207 p. (In Russ.).
6. De Sossyur F. Kurs obshchei lingvistiki: per. s fr. [Course in general linguistics]. Shor R.I. (ed.). Moscow: URSS, 2004. 271 p. (In Russ.).
7. Dzheims U. Psikhologiya: per. s angl. [Psychology]. 6-e russkoe izd. Saint-Petersburg: Publ. of K.L. Rikker, 1911. 446 p. (In Russ.).
8. Donskoi B.L. Real'naya deistvitel'nost': Chto takoe veshch'? [Reality: What is the thing?]. Moscow: KomKniga, 2006. 96 p. (In Russ.).
9. Emelin V.A. Budushchee truda i psikhologiya tekhniki [The future of labor and the psychology of technology]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14. Psikhologiya [Moscow University Psychology Bulletin]*, 2021, no. 2, pp. 41–57. DOI:10.11621/vsp.2021.02.03 (In Russ.).
10. Zhuravlev I.V., Tkhostov A.Sh. Sub'ektivnost' kak granitsa: topologicheskaya i geneticheskaya modeli [Subjectivity as a borderline: topological and genetic models]. *Psikhologicheskii zhurnal [Psychological Journal]*, 2003. Vol. 24, no. 3, pp. 5–12. (In Russ.).
11. Lobanova N.I. Veshch' mezhdru znakom i simvolom (o semioticheskoi deyatel'nosti veshchi) [Thing between sign and symbol (on semiotic function of thing)]. *Manuskript [Manuscript]*, 2019. Vol. 12, no. 10, pp. 202–208. DOI:10.30853/manuskript.2019.10.40 (In Russ.).
12. Marks K. Kapital: Kritika politicheskoi ekonomii: per. s nem. T. 1. Kn. 1: Protssess proizvodstva kapitala. [Capital: A Critique of Political Economy. Vol. 1. Book 1: The Process of Production of Capital]. Moscow: Gos. izd-vo polit. lit., 1952. 794 p. (In Russ.).
13. Mukhina V.S. Vozrastnaya psikhologiya. Fenomenologiya razvitiya: uchebnik dlya stud. vyssh. ucheb. zavedenii [Age psychology. Phenomenology of development: textbook for students of higher educational institutions]. 10-e izd., pererab. i dop. Moscow: Izdatel'skii tsentr "Akademiya", 2006. 608 p. (In Russ.).
14. Nartova-Bochaver S.K., Bochaver K.A., Bochaver S.Yu. Zhiznennoe prostranstvo sem'i: ob'edinenie i razdelenie [Family living space: consolidation and separation]. Moscow: Genezis, 2011. 320 p. (In Russ.).
15. Orlova E.A. Istoriya antropologicheskikh uchenii: Uchebnik dlya studentov pedagogicheskikh vuzov [History of anthropological studies: textbook for teacher education students]. Moscow: Akademicheskii Proekt; Al'ma Mater, 2010. 621 p. (In Russ.).

16. Pivoev V.M. *Filosofiya kul'tury: Uchebnoe posobie dlya vuzov* [Philosophy of culture: Textbook for universities]. 3-e izd. Moscow: Akademicheskii Proekt; Gaudeamus, 2009. 426 p. (In Russ.).
17. Zhuravlev I.V. et al. *Psikhoosemiotika telesnosti* [Psychosemiotics of physicality]. Zhuravlev I.V., Nikitina E.S. (eds.). 2-e izd. Moscow: Knizhnyi dom "LIBROKOM", 2009. 152 p. (In Russ.).
18. Rezhabek E.Ya. *Mifomyshlenie: Kognitivnyi analiz* [Myth-thinking: Cognitive analysis]. 3-e izd. Moscow: LENAND, 2018. 304 p. (In Russ.).
19. Rozhdestvenskii Yu.V. *Vvedenie v kul'turovedenie* [Introduction to cultural studies]. Moscow: TOO "CheRo", 1996. 288 p. (In Russ.).
20. Serkin V.P. *Psikhoosemantika: uchebnik i praktikum dlya vuzov* [Psychosemantics: textbook and workbook for universities]. Moscow: Publ. Yurait, 2020. 318 p. (In Russ.).
21. Alavidze T.L. et al. *Sotsial'naya psikhologiya v sovremennom mire: Uchebnoe posobie dlya vuzov* [Social psychology in the modern world: Textbook for universities]. Andreeva G.M., Dontsov A.I. (eds.). Moscow: Aspekt Press, 2002. 335 p. (In Russ.).
22. Andreeva G.M. et al. *Sotsial'naya psikhologiya: Praktikum: Ucheb. posobie dlya studentov vuzov* [Social Psychology: Workshop: Textbook for university students]. Folomeeva T.V. (ed.). Moscow: Aspekt Press, 2006. 480 p. (In Russ.).
23. Khokhlov N.A., Las'kov G.D. *Razrabotka i aprobatsiya metodik diagnostiki predispozitsionnosti k formirovaniyu odnoznachnogo ili mnogoznachnogo konteksta* [Development and approbation of methods for diagnostics of predisposition to monosemantic or polysemantic context generation]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie* [Psychological Science and Education], 2019. Vol. 24, no. 3, pp. 95–107. DOI:10.17759/pse.2019240309 (In Russ.).
24. Shmelev A.G. *Psikhodiagnostika lichnostnykh chert* [Psychodiagnosics of personality traits]. Saint-Petersburg: Rech', 2002. 480 p. (In Russ.).
25. El'konin D.B. *Izbrannye psikhologicheskie trudy* [Selected psychological works]. Davydov V.V., Zinchenko V.P. (eds.). Moscow: Pedagogika, 1989. 560 p. (In Russ.).
26. Yanchuk V.A. *Psikhologiya postmoderna* [Postmodern psychology]. In Brushlinskii A.V., Polikarpova V.A. (eds.) *Vremya kak faktor izmenenii lichnosti: Sbornik nauch. trudov* [Time as a factor in personality change: Collection of scientific papers]. Minsk: EGU, 2003, pp. 175–201. (In Russ.).
27. Collins R. *Interaction Rituals Chains*. Princeton: Princeton University Press, 2005. 464 p. DOI:10.1515/9781400851744
28. Debord G. *The Society of the Spectacle*: trans. from French. New York: Zone Books, 1995. 154 p.
29. Foa E.B., Foa U.G. *Resource theory: Interpersonal behavior as exchange*. In Gergen K.J., Greenberg M.S., Willis R.H. (eds.). *Social exchange: Advances in theory and research*. New York: Plenum Press, 1980, pp. 77–94.
30. Goffman E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row, 1974. 586 p.
31. *Handbook of social resource theory: Theoretical extensions, empirical insights, and social applications*. Törnblom K., Kazemi A. (eds.). New York: Springer, 2012. 470 p. DOI:10.1007/978-1-4614-4175-5
32. Latour B. *We have never been modern*: trans. from French. Cambridge: Harvard University Press, 1993. 168 p.
33. Latour B. *When things strike back: a possible contribution of 'science studies' to the social sciences*. *British Journal of Sociology*, 2000. Vol. 51, no. 1, pp. 107–123. DOI:10.1111/J.1468-4446.2000.00107.X
34. Malafouris L. *Thinking as "Thinging": Psychology with Things*. *Current Directions in Psychological Science*, 2019. Vol. 29, no. 1, pp. 3–8. DOI:10.1177/0963721419873349
35. Osgood C.E. *The nature and measurement of meaning*. *Psychological Bulletin*, 1952. Vol. 49, no. 3, pp. 197–237.

36. Oyserman D. Culture as Situated Cognition. In Scott R., Kosslyn S. (eds.). *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2015, pp. 1–20. DOI:10.1002/9781118900772.etrds0067
37. Poruciuc A. Axes and Arrows – From Symbolic Things to Signs. *Mankind Quarterly*, 2016. Vol. 56, no. 4, pp. 535–545. DOI:10.46469/mq.2016.56.4.3
38. Stangl W. Personality and the structure of resource preferences. *Journal of Economic Psychology*, 1993. Vol. 14, no. 1, pp. 1–15. DOI:10.1016/0167-4870(93)90037-L
39. Turner J.L., Foa E.B., Foa U.G. Interpersonal reinforces: Classification, interrelationship, and some differential properties. *Journal of Personality & Social Psychology*, 1971. Vol. 19, no. 2, pp. 168–180. DOI:10.1037/h0031278

Информация об авторах

Хохлов Никита Александрович, кандидат психологических наук, психолог-разработчик научно-методического отдела, ООО Центр тестирования и развития «Гуманитарные технологии» (ООО ЦТР «Гуманитарные технологии»); докторант, кафедра нейро- и патопсихологии факультета психологии, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова» (ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0748-7547>, e-mail: nkhokhlov@psychmsu.ru

Курмелева Анастасия Игоревна, студент, кафедра психологии личности факультета психологии, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова» (ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8971-1401>, e-mail: kurmeleva.ai@gmail.com

Information about the authors

Nikita A. Khokhlov, PhD in Psychology, Developer Psychologist, Scientific and Methodical Department, Centre for Testing and Development “Humanitarian Technologies”; Doctoral Candidate, Department of Neuro- and Pathopsychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0748-7547>, e-mail: nkhokhlov@psychmsu.ru

Anastasia I. Kurmeleva, Student, Department of Personality Psychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8971-1401>, e-mail: kurmeleva.ai@gmail.com

Получена 18.05.2022

Received 18.05.2022

Принята в печать 25.01.2023

Accepted 25.01.2023