

Кокарева М. В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОЯВЛЕНИЙ ТВОРЧЕСТВА ПРИ ВОСПРИЯТИИ РЕКЛАМНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

В статье представлен теоретический обзор литературы по проблеме исследования психологических особенностей восприятия рекламной информации в юношеском возрасте с целью определения проявлений творчества в этом процессе. Представлен обзор определений понятий «реклама» и «рекламная информация».

Ключевые слова: рекламная информация, восприятие, творчество, юношеский возраст.

Kokareva M. V. THEORETICAL BASIS OF CREATIVITY IN ADVERTISING INFORMATION PERCEPTION IN YOUTH AGE RESEARCH

Article presents theoretical observation of literature on the problem of psychological features of advertising information perception in youth age purposing on defining of creative features in this process. Observation of notions “advertising” and “advertising information” definitions is presented.

Keywords: advertising information, perception, creation, youth age.

УДК 159.92

Костюченко О. В. (м. Київ)

**ПЕРЦЕПТИВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗУ СВІТУ
У ВЕРБАЛЬНІЙ ПРОДУКЦІЇ СТУДЕНТІВ**

В статті аналізується проблема перцептивної репрезентації світу, розглядаються особливості проявів перцептивних компонентів образу світу у вербальній продукції студентів, а саме в описах світу, улюбленого кольору та улюбленого запаху.

Ключові слова: образ сприймання, перцептивна репрезентація світу, перцептивні компоненти, репрезентативна система.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. В ефективно-му інформуванні про властивості об'єктів середовища та організації дій людини відповідно до зміни умов її життя значну роль відіграє об'єктивне перцептивне відображення – складний процес структурного поєднання інформації про окремі якості предмета і створення його цілісного образу, про що зазначено у відповідній літературі (Б.Г. Ананьєв, О.М. Леонтьєв, О.Р. Лурія, В.П. Зінченко, С.Л. Рубінштейн, Б.Ф. Ломов, К. Коффка, В. Келер, М. Вертгеймер, Р. Арнхейм та ін.). Думка В.О. Моляко про те, що «сприймання безпосередньої реальності є основним каналом (звісно, автоматично включаючи відчуття та й, як мінімум, запаси пам'яті та оперативної мисленевої обробки інформації, яка надходить в даний момент) контакту суб'єкта зі світом, фундаментом його поточного орієнтування – оцінювання й прогнозування перебування свого «Я» в навколишньому контексті...» [5, с. 7], свідчить про важливість таких характеристик сприймання як адекватність та точність одержання, інтерпретації людиною сигналів (зовнішніх або внутрішніх), й подальшої побудови своєї діяльності, що в результаті буде суттєво впливати на характер взаємодії людини з навколишнім світом.

В сучасній психології досі не знайдено адекватного способу дослідження таких аспектів сприймання: якою мірою сприймання людиною навколишнього світу відповідає реальності, особливо коли мова йде про розуміння як результат перцептивної діяльності; як можна було б подивитись на світ інакше.

Багатомірність і багатофункціональність образів, що формуються у людини протягом її життя, викликає все більший інтерес як вчених, так і практиків, оскільки очікується, що розуміння структури образів, шляхів їх утворення і способів трансформації дозволить виявити нові механізми підвищення ефективності діяльності і взаємодії людей. Це пов'язано насамперед з неоднорідністю самого змісту образу, який не є пасивним відбитком зовнішніх впливів на людину, з'являючись у ході активного здобуття й обробки інформації, є специфічним сплавом відображення реального об'єкта, сприйнятого суб'єктом, і попереднього досвіду суб'єкта щодо сприйняття подібних об'єктів і взаємодії з ними, тобто виявленою структурою внутрішнього відображення дійсності.

Відчуття і образи, як психічні моделі об'єктів фізичної реальності, в основному ізоморфні їм, тому що дозволяють людині успішно адаптуватися до навколишнього світу й ефективно функціонувати у ньому. Образ сприймання частіше розглядається як репрезентація (*охоплює три основних значення: уявлення або образ, репродукція презентації, або повторення, заміщення*) окремого об'єкта, а не оточуючої реальності в цілому. Тому обговорювані в психології образи навколишнього світу – це, кажучи метафорично, швидше, щось на кшталт суми картин в музеї, а не сам музей, в якому, крім картин, є стіни, вікна, двері, підлога, персонал, інші глядачі тощо. Візуальний образ сприймання – це статичне явище психічного життя. Хоча він і може легко змінюватися новим образом того ж чи іншого об'єкта.

Мета публікації. Здійснити теоретичний та емпіричний аналіз проблеми перцептивної репрезентації світу у вербальній продукції студентів.

Виклад основного матеріалу. Сприймання, або перцептивний образ вважається: О.М. Гусєвим (2007) «... активним і творчим процесом процес, який створює усвідомлене психічне відображення предмета та ситуації в цілому у вигляді цілісного знання, що... виникає при безпосередньому впливі предмета на органи почуттів; ... опосередкований індивідуальним досвідом суб'єкта, що розглядається як рішення їм свого роду перцептивної задачі» [4, с. 13]; В.О. Моляко (2008) – «цілісним когнітивним процесом в якому фіксується, оцінюється й інтерпретується об'єктивна реальність в різних модифікаціях, результатом чого є побудова (конструювання) конкретного перцептивного образу; процеси сприймання починаються з активізації оперативних і глибинних структур, функціонування ланцюгу „праобраз – прообраз – образ – орієнтир» [5, с. 7]; С.Є. Поляковим (2011) – «актом психічного моделювання змін стану людського тіла, які виникають в процесі його взаємодії з навколишнім світом, що включає в себе конструювання особливих психічних репрезентацій цих змін і розгляд свідомістю утворених конструктів як репрезентацій навколишньої реальності» [6, с. 162].

Аналіз перцептивної репрезентативної системи та рівня інтеграції репрезентативних систем (через що з'ясовувався рівень синестезичних можливостей цих систем) реалізовувався за допомогою інструментарію НЛП [1], що передбачає аналіз вербальної продукції студентів щодо вживання ними зорових, аудіальних чи кінестетичних атрибутів, тобто висловів, що виражають дію цих перцептивних систем. При цьому, ми побудували умовну шкалу розвиненості репрезентативних систем, коли високому рівню відповідає наявність трьох, середньому – двох, низькому – одної перцептивної системи.

Слід сказати, що процес професійного становлення фахівця виявляється на декількох рівнях, один із яких пов'язаний з людськими відчуттями, що

реалізуються в рамках функцій аналізаторів відчуттів (зорового, слухового, кінестетичного), які називають репрезентативними системами людини. Згідно НЛП, існує три групи, залежно від того, який сенсорний канал, чи репрезентативна система, переважно розвинута: аудіальна (слух), візуальна (зір) чи кінестетична (рух, дотик, смак). Репрезентативні системи певним чином є визначальними стратегіями сприймання та пізнання людиною оточуючої дійсності, які значно впливають на процес професійної підготовки. Тим більше, що людина найчастіше виявляється досить сенсорно обмеженою істотою, у якої переважно розвинутими є одна, або, дві репрезентативні системи, що викликає психологічні проблеми у взаємодії з навколишнім світом, у діяльності та спілкуванні. Ось чому формування професійної компетентності майбутнього спеціаліста передбачає гармонізацію людини у площині її відчуттів, що полягає у переборенні їх «сенсорній однобокості» [2, с. 16].

За даними тесту «Діагностика домінуючої перцептивної модальності» (С. Єфремцева) нами було виявлено найбільшу кількість студентів (52,7%) з домінуванням візуальної модальності, при чому найбільш розвинутою ця модальність була зазначена у студентів за спеціальностями: журналістика і міжнародне право (*ІЖіМП*) (71% осіб), готельно-ресторанна (*ГРС*) та туристична справа (*МТ*) (63%); майже однаковою незначною кількістю досліджених (до 13%) з домінуванням аудіальної (найбільша кількість студентів з високим рівнем (33%) за спеціальностями: режисерсько-хореографічне (*РХФ*) та музичне мистецтво (*ММ*) та однаково середньо розвиненими кількома модальностями (30% студентів спеціальностей готельно-ресторанна та юридична справа (*ЮР*)) (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл студентів за домінуючою перцептивною модальністю відповідно до результатів тестування

<i>перцептивна модальність</i>	групи навчальних спеціальностей - кількість досліджених студентів															<i>Всього</i> к-сть	<i>%</i>
	<i>ГРС, МТ</i>		<i>ЕКО</i>		<i>ЮР, ДМ</i>		<i>ІЖіМП</i>		<i>КДД</i>		<i>Дизайн</i>		<i>РХФ, ММ, ІКІТБ</i>				
	35		22		14		21		12		12		15				
	к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%			
1 візуальна	22	62,9	12	54,5	5	35,7	15	71,4	6	50,0	6	50,0	3	20,0	69	52,7	
2 аудіальна	5	14,3	2	9,1	1	7,1	1	4,8	0	0,0	3	25,0	5	33,3	17	13,0	
3 кінестетична	1	2,9	2	9,1	0	0,0	0	0,0	1	8,3	1	8,3	0	0,0	5	3,8	
4 полімодальність	11	31,4	1	4,5	4	28,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	16	12,2	
5 рухова та ін.	0	0	1	4,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	13,3	3	2,3	

Для виявлення перцептивних ознак у вербальній репрезентації образу світу студентам було запропоновано: написати улюблений вислів, фразу чи лозунг, який пояснює як потрібно...(жити, досягати успіхів, думати, робити, творити тощо...); подовжити речення: «Світ, в якому я живу – це ...»; «Жити в цьому світі означає...»; описати та охарактеризувати запахи та кольори, які найбільш позитивно та негативно впливають. Аналіз вербальної продукції студентів, отриманої в результаті виконання цих завдань (всього 1150 описів), проводився за такими критеріями: наявність та переваги: перцептивних (зорових, аудіальних, кінестетичних тощо) атрибутів (18,3%), раціональної основи (28,1%), соціальної спрямованості (36%), емоційного забарвлення (17,6%), тобто висловів, що виражають дію цих систем. При цьому, за умовною шкалою розвиненості репрезентативних систем, було визначено, що високому рівню, тобто наявності атрибутів трьох модальностей відповідає

всього 7 описів (3% з 211 описів перцептивної визначеності), середньому (дві модальності) – 16 описів (7,6%), низькому – одна перцептивна система – 211 опис (89%).

Наведемо приклади висловлювань студентів з присутністю в них смакових та нюхових атрибутів: «пізнавати смак перемоги, відчувати гіркоту поразки, асорті смаків та пахоців; кожного дня з'їдаєш новий фрукт і не знаєш буде він смачним, чи не дуже; на ваги життя кладе багато їжі з різними смаками та ароматами тощо»; з візуальними атрибутами: «яскравий світ; різнокольорові кадри; сповнений кольорами веселки; велике полотно, а люди – фарби; квітучий сад; велике багатство з різнокольоровими дорогоцінним камінням; калейдоскоп барв; чорно-білий інколи забарвлений малюнок, який вдосконалюється; сірі будні тощо»; з кінестетичними атрибутами: «широка квартира з безліччю кімнат; бездонна яма; безмежний світ; непізнана безліч простору; великий всесвіт; швидкісний потяг, який несе у невідомому напрямку, який показує всі переваги та недоліки життя; картярський будиночок, що легко може впасти; годинник, що поступово зупиняється тощо». До різномодальних належать: «дивовижне переплетіння запахів, форм, кольорів, почуттів та образів...; сіра кімната, наповнена пахощами та формами; райдуга, де кожний колір має своє звучання та аромат; оркестр, де замість музичних інструментів – кольори, які замість звуків видають аромати; постійне переміщення в просторі кольорів, смаків, ароматів, звуків; де кожна подія має свій звук, колір та смак тощо».

Характеризуючи людину як суб'єкта життя, у своєму власному існуванні і у відношенні до світу та іншої людини, підкреслюючи цілісність, єдність людини і світу, С.Л. Рубінштейн визначає Світ як «сукупність людей і речей, що спілкується один з одним, точніше, сукупність речей і явищ, співвіднесених з людьми, <...> організована ієрархія різних способів існування» [7, с. 264]; «сукупність речей і людей, в яку включається те, що відноситься до людини і до чого вона відноситься в силу своєї сутності, що може бути для неї значимо, на що вона спрямована» [7, с. 295]. Тобто людина як цілісність, включається у взаємини зі світом, виступаючи, з одного боку, як його частина, а з іншого – як пізнаюча та перетворююча його суб'єкт. Саме через людину свідомість входить у світ, буття стає усвідомленим, набуває значення, стаючи світом – частиною і продуктом розвитку людини. При цьому важливу роль відіграє не тільки активність людини, але і споглядання як діяльність з пізнання світу.

Для аналізу було обрано описи «Світ, в якому я живу», в яких домінує перцептивна основа на фоні інших. На основі методики Ч. Матусевича «Стиль життя» [8, с. 101-111], було згруповано дані відповідно результатів тестування та опису цінностей світу у житті студента за умовно відповідними стилями життя таким чином: 1. Пасивне споглядання, спостереження; комфортність та зручність життя; споживання та задоволення; естетичність – цінність прекрасного. 2. Соціальна активність, сімейне життя, кохання та дружба, творче життя. 3. Активна діяльність, домінування та влада, професійність. 4. Моральний авторитет, патріотизм; ощадливість та бережливість, есхалогічний (релігійний). 5. Мізантропії (підозріливості, недовіри до людей, уникання їх), опортунізму (протистояння), цинізму, скептицизму.

За даними тестування найбільша кількість студентів (38%) вважає соціальну активність найважливішою цінністю життя, прагне до того, щоб жити активним суспільним життям, справляти вплив на переконання і погляди ін-

ших людей, брати участь у діяльності різних суспільних організацій; володіють сформованою системою поглядів на навколишній світ, впевнені, що процеси, які в ньому відбуваються, залежать лише від людей, не визнають ніяких подарунків чи примх долі, вірять у суспільну діяльність і власні сили. Такий стиль життя проявився і у другій за чисельністю групі описів (23%). Такі характеристики, як прагнення до інтенсивних переживань різноманітних вражень від споглядання життя; захоплення формами, видом, фарбами, звуками, що викликають сильне хвилювання; високе цінування та переживання прекрасного, краси, спокою і життєвих зручностей, та життя взагалі; подібні до театральних глядачів, які безпристрасні до всього, виявились в максимальній кількості описів (41%) та незначній кількості (8%) результатів тестування студентів. 20% опитаних студентів вважають, що їм підходять такі характеристики: емоційна прохолодність по відношенню до різних життєвих процесів і подій; найбільш за все цінують духовне багатство особистості, мають високий рівень інтелектуального розвитку, моральність, широко ерудовані; прагнуть до безперервного самовдосконалення, розширення ерудиції, виховання волі, розвитку свого інтелекту, фізичного загартовування; набувають широких знань про світ і людей. Такий стиль взаємодії зі світом виявився в незначній кількості описів образу світу (6%). Цінність сімейного життя та дружби, прихильності, симпатії, емпатії і любові виявилась в результатах тестування 14% досліджених та 16% описів студентів. У найменшій кількості описів (5%) та результатів тестування (8%) виявились такі негативні характеристики взаємодії зі світом, як недовіра оточенню, сумніви та невпевненість у правильності своїх власних вимог і рішень; відсутність морального авторитету.

Включення результатів аналізу даних опису улюблених пахощів та кольорів до аналізу загальної картини світу обумовлено значущістю цих складових у світосприйманні. Так, ще у період новонародженості, коли дитина адаптується до зовнішнього фізичного світу, з відносно постійного середовища організму матері вона потрапляє у світ, де є звуки, запахи, кольори, рух тощо. В процесі пізнання світу формується та розвивається образна пам'ять - пам'ять на зорові, слухові, нюхові, смакові, дотикові образи, в якій зберігаються картини навколишнього світу, звуки, запахи, що колись сприймалися людиною. Надання переваги певним формам та кольорам, ароматам, смакам та звукам, тобто тим сприятливим властивостям та характеристикам об'єкта сприймання, свідчить про певні потреби та пропозиції у взаємодії зі світом.

Великі експресивні можливості належать такому компоненту у сприйманні кольору як теплота та холодність, тобто полярність відтінків. Полярність кольорів відповідає полярності прагнень. У природі, віддалені об'єкти завжди здаються холоднішого відтінку завдяки прошарку повітря, яке їх віддаляє. Преференція щодо теплоти чи холодності відтінків, таким чином, надає елементам сприймання ефект, що вказує на віддаленість чи близькість, будучи важливим засобом передачі власного світосприймання.

На основі кількісного аналізу преференцій студентів (всього 750) щодо кольорів та характеристик кольорів, узятих з різних літературних джерел (А.В. Морозов, Д.В. Чернилевский, М. Люшер, Р. Кристофер та ін.), було розподілено студентів за типами світосприймання відповідно відтінкам улюблених кольорів (див. рис.1.): 1) теплі – 21% студентів – (кольори: червоний, жовтогарячий, жовтий) потребують збудливості, цінують активну взаємодію зі світом, потреба віддавати; 2) холодні – 43% студентів – (блакитний, синій,

фіолетовий) – цінують споглядання та роздуми, відстороненість від бурхливих подій у світі; 3) нейтральні (сірий, чорний, білий) – 33% студентів, які, згідно характеристикам цих кольорів, обирають нейтральність, протест або мрійливість та ідеалізування світу. Найбільшою кількістю студентів (22%) було відмічено, що найулюбленішим кольором для них є зелений, якому властиві такі характеристики: спокійність, створює приємний настрій. Особливо зауважимо на групі студентів (28%), які найулюбленішими назвали основні кольори: червоний, жовтий і синій, що означає те, що серед багатьох факторів формування їх позитивного світосприймання суттєву роль відіграють: допитливість, чутливість, сприйнятливність, інтерес до навколишнього світу, активність, рухливість тощо.

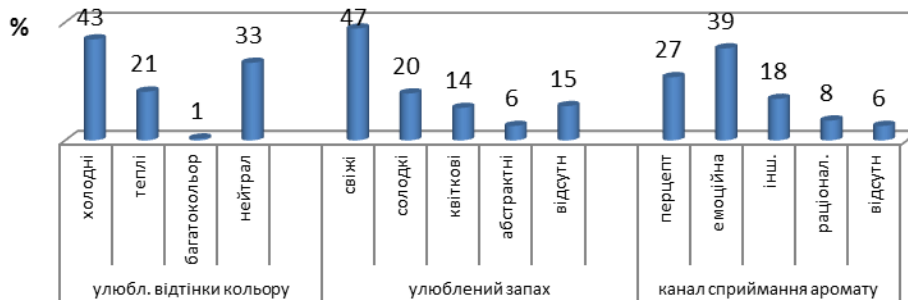


Рис 1. Гістограма розподілу описів улюбленого кольору та улюбленого аромату за типами преференцій

Окрему увагу в нашій роботі було надано дослідженню одоративної (лат. odor – “запах”) складової світу і форми її сенсорної репрезентації, смислоутримуючою формою, здатною уособлювати психологічний і естетичний контекст. Нюхова система сприймання не є природньо витісненою на периферію, а лише перебуває в такому стані за умов слабкої вивченості. Розуміння ролі аромату як перцептивної компоненти одоративної складової світу дає можливість підняти емпіричний рівень даного дослідження образу світу, окреслити його перцептивну основу. Психологічний підхід до цієї проблеми дає можливість інтерпретувати аромат не тільки як естетичний та перцептивний феномен, але і як “духовну” складову образу світу. Звертаючи увагу на перебування одоративних значень і в мові, і в релігії, і в мистецтві, і в психофізіології, можна знайти засоби їхньої більш повної трансляції, розвинути дослідницьке поле для вивчення аромату як важливої компоненти світу, такої ж, як і зорові і слухові образи.

Основи екологічного підходу до сприймання як активного процесу вичерпання інформації з навколишнього середовища [7]; розуміння того, що аромат є носієм смислу одоративної інформації про світ, спричинили вивчення особливостей сприймання та ставлення до запахів, в якому проявляється специфічне світосприймання, зафіксоване в преференціях щодо певних характеристик, якостей, ознак пахоців.

На основі узагальнення даних (630 анкет), отриманих в результаті письмового опитування: студентам пропонувалося назвати улюблений запах та описати його, було визначено преференції щодо каналів сприймання та вербальної репрезентації улюбленого запаху. Основні результати дослідження (табл. 2) дали змогу виділити чотири типи улюблених запахів: свіжі, солодкі, квіткові та абстрактні, серед яких найбільш представленим типом є «свіжий» (47% досліджуваних).

Таблиця 2

Частотний розподіл (%) преференцій студентів різних факультетів щодо улюбленого запаху за вербальними висловлюваннями

Тип улюбленого запаху	ГРС, МТ	ЕКО	ЮР, ДМ	ІЖіМП	КДД	Дизайн	РХФ, ММ, ІКІТЬ	Всього
свіжий	45,7	50	35,7	52	66,7	50	33	47,3
солодкий	17,1	27,3	28,6	14	0	8,3	40	19,8
квітковий	14,3	4,55	7,14	19	16,7	25	13	13,7
абстрактні	2,86	4,55	21,4	4,8	0	0	13	6,11
відсутній	14,3	13,6	7,16	9,5	16,7	17	0	14,5

Результати визначення домінуючого каналу сприймання та вербальної презентації улюбленого запаху, представлені на рис. 2., показали, що з 541 описів найбільша частка належить емоційному каналу (46%), тобто в описах реалізується усвідомлення емоційного досвіду (переживань, емоцій, почуттів) у процесі впливу даного запаху, зазначено про покращення або стимулювання певного настрою, самопочуття, активності. Найменш представленим є раціональний канал (22%), про існування якого свідчать описи, в яких йдеться мова про суть, призначення цього запаху, усвідомлення чого відбулось на основі аналітичної переробки інформації. Домінування перцептивних основ сприймання та репрезентації запаху виявлено в 32% описів.

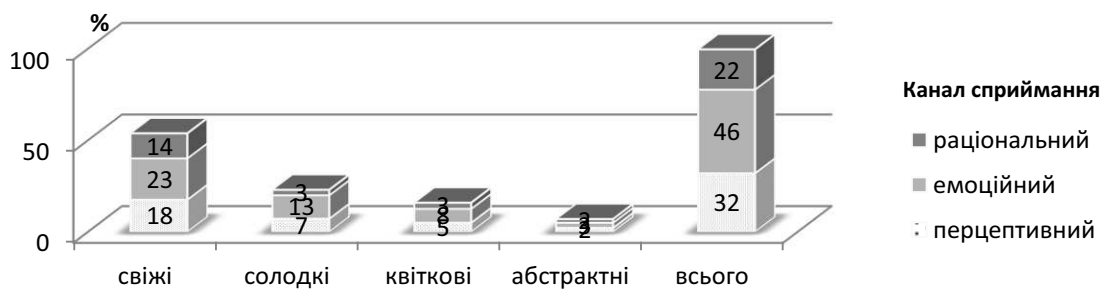


Рис. 2. Гістограма частотного розподілу даних опису улюбленого запаху за перевагою певного каналу сприймання

Таблиця 3

Розподіл даних опису улюблених кольорів та запахів (у%) відповідно стилю життя та взаємодії

Умовна назва стилю		відтінки улюблених кольорів			улюблений тип запаху				
		холодні	теплі	нейтральні	свіжий	солодкий	квітковий	абстрактний	відсутній
СТИЛЬ ЖИТТЯ	споживання	4	3	3	5	2	1	0	2
	соціальна активність	21	7	15	19	9	9	1	4
	взаємодія	5	4	3	8	1	2	0	0
	розсудливість	10	3	8	9	5	1	1	4
	протидія	2	2	3	2	1	0	1	0

Аналіз одержаних даних дозволив нам виявити групи студентів певного стилю життя, максимальна частка яких надали переваги визначеним кольоровим відтінкам та типам запахів (табл. 3). Так, холодним кольоровим відтінкам надають переваги студенти групи «Соціальна активність» за результатами тестування (48%), теплим відтінкам – «Взаємодія» (31%), нейтральним – «Протидія» (40%). Улюбленим типом запаху вважають «Свіжий» студенти групи «Взаємодія» (69%), «Солодкі» запахи – «Розсудливість» (25%); «Квіткові» – «Соціальна активність» (21%) та «Взаємодія» (23%); «Абстракт-

тні» обрали «Протидія» (20%). Окремо зауважимо на групах «Споживання» та «Розсудливість», значна частка представників яких (по 21%) не змогли визначити улюблений запах.

Висновки. Таким чином, враховуючи все сказане вище, можна стверджувати, що існує психічне «налаштування», точніше, внутрішнє сенсорне «уявлення світу», що впливає на поточне сприйняття навколишньої реальності. Можна лише припустити, що наші перцептивні враження безперервно підлаштовуються під якісь існуючі в нашій свідомості "типові" звичні репрезентації реальності. Наше сприймання захоплює якісь головні моменти, опорні пункти навколишньої реальності в залежності від рівня інтеграції репрезентативних систем, і образ сприймання добувається за допомогою образів уявлення та спогадів відповідної моделі-репрезентації до цілісного об'єкту. Одержані нами у дослідженні дані свідчать про такі особливості перцептивної репрезентації образу світу у вербальній продукції студентів: 1) прагнення до інтенсивних переживань різноманітних вражень від споглядання життя; захоплення формами, видом, фарбами, звуками, що викликають сильне хвилювання; високе цінування та переживання прекрасного, краси, спокою і життєвих зручностей, та життя взагалі; подібність до театральних глядачів, які безпристрасні до всього, виявились в максимальній кількості описів (41%); 2) серед багатьох факторів формування позитивного світосприймання суттєву роль відіграють: допитливість, чутливість, сприйнятливність, інтерес до навколишнього світу, активність, рухливість тощо спостерігається у 28% студентів; 3) домінування перцептивних основ сприймання та репрезентації запаху виявлено в 32% описів. Проведений на цьому етапі дослідження порівняльно-якісний аналіз дав змогу дійти висновку, що репрезентативні системи певним чином є визначальними стратегіями сприймання та пізнання людиною світу, які значно впливають на особливості взаємодії з ним через особистісну та професійну самореалізацію.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бэндлер Р. Магия в действии. Практические аспекты использования НЛП / Р. Бэндлер. – М. : Прозерпина, 1995. – 176 с.
2. Галеев Б. М. Искусство и техника: Проблемы синестезии в искусстве / Б.М. Галеев. – Казань: Изд. КГУ, 1987. – 163 с.
3. Гибсон Дж. Экологический подход к зрительному восприятию / Под ред. П.Д. Логвиненко. – М.: Прогресс, 1988. – 462 с.
4. Гусев О.М. Відчуття і сприйняття / О.М. Гусев // Загальна психологія: Уч. для студ.; у 7 т. / За ред. Б.С. Братуся. – М.: Акад., 2007. – Т.2. – 416 с.
5. Моляко В.А. Исходные предпосылки построения концепции творческого восприятия / В.О. Моляко // Актуальні проблеми психології. Проблеми психології творчості: Зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г.С. Костюка АПН України / За ред. В.О. Моляко. – Т. 12. – Вип. 8. - Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – С. 7–16.
6. Поляков С.Э. Феноменология психических репрезентаций / С.Э. Поляков. – СПб. : Питер, 2011. – 688 с.
7. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб. : Питер, 2003. – 720 с.: ил. – (Серия „Мастера психологии“).
8. Психодіагностика / упор.: Л. Терлецька, О. Главник. – К. : Шкільний світ, 2002. – 112 с.

Костюченко Е. В. ПЕРЦЕПТИВНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА МИРА В ВЕРБАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ СТУДЕНТОВ

В статтє анализується проблема перцептивної репрезентації, рассматриваются особенности проявления перцептивных компонентов в вербальной продукции студентов, а именно любимого цвета и любимого запаха.

Ключевые слова: образ восприятия, перцептивная репрезентация мира, перцептивные компоненты, репрезентативная система.

Kostyuchenko O. V. THE PERCEPTUAL REPRESENTATION IMAGE OF THE WORLD STUDENTS IN THE NOTE PRODUCTION

The article analyzes the problem of perceptual representation of the world, considered the specific features of perceptual components of the image of the world in note production students, namely in the description of the world, favorite color and favorite smell.

Keywords: image perception, perceptual representation of the world, perceptual components, representative system.

УДК 159.946.3:81'23(48)

Крилова-Грек Ю. М. (м. Київ)

ТВОРЧИЙ ПІДХІД У РОЗВ'ЯЗАННІ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ

У статті розглянуто шляхи продуктивного розвитку і розв'язання конфлікту за допомогою нестандартних підходів, що потребують актуалізації творчого мислення. Проаналізовано чинники, що впливають на сприйняття конфліктної ситуації суб'єктом, виокремлено поняття «конструктивний конфлікт». Подано приклади позитивного розв'язання конфліктних ситуацій.

Ключові слова: конфлікт, нестандартний підхід, розв'язання конфліктів, конструктивний конфлікт, стратегії поведінки.

В останні роки компанія Microsoft запросила на роботу кількох досвідчених менеджерів з фірм, що зазнають труднощів. «Коли фірма «тоне», мимоволі доводиться виявляти кмітливість, копати глибше і думати, думати, думати. Я хочу, щоб поряд зі мною були люди, котрі пройшли через це. Microsoft не застрахована від провалів і мені потрібні ті, хто довів, що не розгублюється за найбільш неординарних обставин».

Б. Гейтс.

Актуальність дослідження. Конфлікт є невід'ємною частиною людського життя, що проявляється у зіткненні протилежно спрямованих цілей, інтересів, позицій, думок. Це не найкраща форма людського спілкування. Психологи ж розглядають конфлікт як природну форму міжособистісної взаємодії і досліджують ефективні шляхи управління конфліктом: «Конфлікти – безсмертні, вони з'являються за будь-яких життєвих обставин і супроводжують нас від народження до самої смерті ... Конфлікти – це норма життя...» [7]. Це положення є наочним підтвердженням актуальності проблеми дослідження.

Конфліктні ситуації виникають у різних сферах нашого життя: інциденти можуть перерости у конфлікти або поступово згаснути – залежно від розвитку ситуації. Продуктивний розвиток конфлікту можна порівняти з розв'язанням творчих задач, що потребує актуалізації творчого мислення, інтуїції, уяви.