

©2024 В.Н. ГАЛЯПИНА, Н.А. КИСЕЛЕВА, И.А. АПОЛЛОНОВ

РОЛЬ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ВОСПРИЯТИИ ЭЛЕМЕНТОВ ХРАМОВОЙ АРХИТЕКТУРЫ



Галяпина Виктория Николаевна — доктор психологических наук, доцент, профессор департамента психологии, главный научный сотрудник центра социокультурных исследований факультета социальных наук.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».

Российская Федерация, 101000 Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

ORCID: 0000-0002-3885-1455

vgalyapina@hse.ru



Киселева Надежда Анатольевна — кандидат психологических наук, доцент департамента психологии.

Псковский государственный университет.

Российская Федерация, 180000 Псков, пл. Ленина, д. 2.

ORCID: 0000-0002-4343-3530

kiselevana@yandex.ru



Аполлонов Иван Александрович — доктор философских наук, доцент, профессор кафедры истории, философии и психологии.

Кубанский государственный технологический университет.

Российская Федерация, 350072 Краснодар, ул. Московская, д. 2.

ORCID: 0000-0002-1926-8213

obligo@yandex.ru

Статья подготовлена на основе исследования, осуществленного в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»; проект «Зеркальные лаборатории».

СИМВОЛЫ. ЦЕННОСТИ. ИДЕАЛЫ

Аннотация. Анализируется культурная идентичность (включающая этническую, религиозную и региональную идентичности) как фактор, предсказывающий позитивное/негативное восприятие одного из элементов городской архитектурной среды — храмового изразца. Опираясь на теорию социальной перцепции, а также учитывая особенности восприятия произведений искусства, авторы провели исследование среди русских в России (N = 620). В качестве инструментария использовались семантический дифференциал и шкалы измерения этнической, религиозной и региональной идентичностей. Для анализа проводились конфирматорный факторный анализ и моделирование структурными уравнениями. Согласно результатам исследования, семантическое пространство восприятия изразца Теремного дворца Московского Кремля имеет пятифакторную структуру: «Праздничный», «Некомфортный», «Пассивный», «Минорный», «Дружелюбный». При этом наиболее выражены позитивные характеристики — «Праздничный» и «Дружелюбный». У респондентов более всего выражены такие составляющие культурной идентичности, как этническая и региональная идентичности, и менее всего — религиозная. Культурная идентичность является положительным предиктором восприятия позитивных характеристик изображения изразца Теремного дворца Московского Кремля и отрицательным предиктором восприятия его негативных характеристик. Таким образом, культурная идентичность стимулирует позитивные образы элемента традиционной русской архитектуры — храмового изразца, отражающиеся в его позитивной психосемантической оценке. Полученные данные могут быть использованы в разных сферах деятельности: туризме и экскурсоведении с целью регуляции туристических потоков путем отбора информационного содержания для экскурсантов с учетом их культурной идентичности; разработке брендинга разных регионов; урбанистике при изучении факторов, влияющих на эстетику и комфортность окружающей среды и т.д.

Ключевые слова: этническая идентичность, религиозная идентичность, региональная идентичность, культурная идентичность, архитектурный храмовый изразец, семантический дифференциал, русские, Россия.

Ссылка для цитирования: Галяпина В.Н., Киселева Н.А., Аполлонов И.А.

Роль культурной идентичности в восприятии элементов храмовой архитектуры // Человек. 2024. Т. 35, № 5. С. 145–163. DOI: 10.31857/S0236200724050085

Современные исследования демонстрируют возрастающий интерес к изучению культурной идентичности [см.: Chen, 2021; Монне, 2023; Чэнь, 2022]. Многие авторы [Adom, 2017; Rodgers, 2017; Jati, 2023; Mahmud, 2023; Kleinhempel, 2024; Ngu, 2023] отмечают, что этому способствует активное транслирование через разные каналы (СМИ, литература, живопись, архитектура, киноискусство и др.) ценностей, традиций, обычаев собственной национальной культуры. В этой связи важно понимать, какой эффект

будет оказывать культурная идентичность на дальнейшее развитие национальной культуры, будет ли она способствовать позитивному принятию, осмыслению и сохранению последней. Анализу указанной проблемы и посвящено данное исследование.

Понятие культурной идентичности

Культурная идентичность как научное понятие стало использоваться после публикации работы Э. Эриксона [Эриксон, 2006]. Сейчас этот феномен, будучи междисциплинарным, рассматривается этнологами, антропологами и психологами. Обобщая представленные в литературе определения культурной идентичности [Гуревич, 2010; Мельникова, 2010; Эриксон, 2006; Chen, 2021; Handbook, 2011; Zamaraeva, 2020], можно сказать, что она представляет собой причастность человека к определенной культуре, основанную на осознанном принятии им основополагающих культурных характеристик, которые установлены в конкретном обществе, и на самоотождествлении с данным обществом, с определенной культурной традицией.

Культурная идентичность, с одной стороны, — достаточно стабильный мировоззренческий конструкт, являющийся результатом длительного процесса социокультурного усвоения. Но, с другой стороны, она не есть что-то постоянное, она динамична и развивается под воздействием таких факторов, как территория проживания, культурные традиции, историческая память, традиционная, освященная временем религия, язык, социокультурный контекст [Hall, 2018; Anderson, 1983].

Анализ феномена культурной идентичности в разных научных школах показывает, что западные исследователи [Handbook, 2011; Chen, 2021] ориентированы, как правило, на анализ ее психологического уровня, восточные [Чэнь, 2022] — на изучение условий и факторов ее сохранения в изменяющемся мире, российские авторы [Гуревич, 2010; Мельникова, 2010; Zamaraeva, 2020] — на рассмотрение ее через призму национальной, этнической культуры.

Говоря о содержании культурной идентичности, ее структуре и составляющих, некоторые авторы указывают, что культурная идентичность имеет разные акценты и может существовать как этническая, политическая, религиозная, профессиональная, гражданская и т.д. идентичность [см.: Эриксон, 2006]. Другие исследователи [см.: Аполлонов, 2017] тесно связывают культурную идентичность с этнической и даже используют термин «этнокультурная идентичность». Они основываются на том, что культура — самая национально и этнически окрашенная часть общественной жизни.

В.Н. Галяпина,
Н.А. Киселева,
И.А. Аполлонов

Роль культурной идентичности в восприятии элементов храмовой архитектуры

В ряде исследований отмечается, что национальная идентичность тесно связана с культурной и религиозной идентичностями. Скажем, С. Хантингтон указывает, что возрождение американской идентичности обуславливается возрождением культуры (протестантизма) и веры (протестантской) [Хантингтон, 2008]. Согласно некоторым исследованиям, идентичности могут переплетаться. Например, в прошлом у многих народов этническая идентичность практически совпадала с конфессиональной. В частности, в русской идентичности конфессиональный фактор выступал ведущим среди идентификационных характеристик, что нашло отражение в практическом тождестве понятий «русский» и «православный», а также противостоянии понятий «православный» и «нехрист/басурман» [Баранов, 2016].

Современные исследования, проведенные в России, демонстрируют значимость региональной идентичности [Арутюнова, 2017; Денисова, 2013; Позитивные межнациональные отношения, 2016; Еремина, 2016]. По мнению С.К. Нартовой-Бочавер и ее коллег, «соотнесение себя с местом не менее сильно для самоопределения и самосознания, чем профессия, возраст и другие характеристики» [Нартова-Бочавер, 2011: 83]. Основой региональной идентичности выступают не столько территориально-географические факторы, сколько исторические особенности, культурное наследие, этнические традиции, язык и диалекты, конфессиональная принадлежность. Исследования показывают, что региональная идентичность взаимосвязана с этнической идентичностью [Денисова, 2013; Еремина, 2016].

Таким образом, мы видим, что этническая, религиозная и региональная идентичности тесно взаимосвязаны друг с другом и каждая из них отражает определенные аспекты связи с культурой народа, его историей, традициями, ценностями, идеалами — с тем, что в целом отражает сущность культурной идентичности. Опираясь на проведенный анализ, в данном исследовании под культурной идентичностью мы будем понимать осознание, восприятие, понимание, оценивание, переживание человеком своей принадлежности к определенной культуре. А также будем исходить из того, что в российском контексте культурная идентичность представляет собой сложный конструкт, объединяющий этническую, религиозную и региональную идентичности.

Взаимосвязь культурной идентичности с восприятием объектов культуры

В процессе инкультурации происходит освоение человеком родной культуры. Через фольклор (сказки, эпос, поговорки и др.), национальную музыку, фильмы, искусство, восприятие культурных

святынь и пр. происходит познание родной культуры и формирование культурной идентичности [Mahmud, 2023; Kleinhempel, 2024; Ngu, 2023]. Причем каждый элемент культуры имеет определенный смысл для той или иной социальной общности. Процесс познания культуры, по сути, представляет собой выявление ценностных значений предметов, явлений, отношений как элементов культуры. Результаты этой познавательной деятельности закрепляются в сознании людей в виде соответствующих смыслов.

Большое внимание в исследованиях уделяется роли религиозного искусства в развитии культурной идентичности [Глаголев, 2009; Немаева, 2015]. Установлено, что сакральное искусство способствует формированию культурной идентичности и таких позитивных национальных качеств, как патриотизм, соборность, стойкость, стремление к абсолютным общезначимым ценностям (нравственное добро, красота, познание истины).

В некоторых исследованиях отмечается, что процесс формирования культурной идентичности имеет многоуровневый характер и на заключительном этапе сформированные культурные идеалы, ценности, смыслы и т.д. помогают объяснять окружающий мир, влияют на его восприятие и изменение [Русских, 2013]. Как показывает ряд других исследований [Adom, 2017; Rodgers, 2017], использование медиатехнологий, направленных на сохранение, популяризацию традиционной культуры, усиливает культурную идентичность, которая впоследствии поддерживается с помощью художественных практик — ремесел, музыки, танцев и др. В свою очередь это помогает «правильно» понимать элементы культуры и заложенные в них сакральные смыслы [Jati, 2023].

Результаты исследований также свидетельствуют о том, что этническая, культурная, религиозная идентичности оказывают эффект на восприятие элементов массовой культуры. В исследовании этнокультурных факторов восприятия невербальных презентаций политической рекламы [Сидорова, 2015] с помощью семантического анализа фотографий обнаружены взаимосвязи между этнокультурной принадлежностью и невербальными жестами политиков, атрибутируемыми как маскулинные и фемининные. Исследование, проведенное в Мексике, показало, что приверженность культурной самобытности позитивно сказывается на отношении к национальным традициям в моде и общении [Mateo, 2024].

В современных исследованиях часто анализируется роль местной культурной идентичности в брендинге территорий. Например, осуществленное в Италии исследование зафиксировало, что культурная идентичность местного населения обуславливает восприятие развития местной городской инфраструктуры в контексте «брендинга наследия» [Amer, 2023].

В.Н. Галяпина,
Н.А. Киселева,
И.А. Аполлонов

Роль культурной идентичности в восприятии элементов храмовой архитектуры

В исследованиях, проведенных в России, рассматривалась роль личностных и социально-психологических характеристик россиян в восприятии и психосемантической оценке отдельных архитектурных сооружений и города в целом [Габидулина, 2012; Вырва, 2016]. В качестве факторов, оказывающих эффект на восприятие архитектурных объектов современного города [Вырва, 2016; 2017] и его элементов [Киселева, 2022], рассматривались ценности. В частности, было установлено, что ценности, связанные с сохранением собственной культуры, традиций, предсказывают выраженность таких позитивных характеристик храмового архитектурного изразца, как «Сильный» и «Известный» [там же, 2022]. Однако роль идентичностей в данном процессе не анализировалась. Наше исследование позволяет восполнить этот пробел.

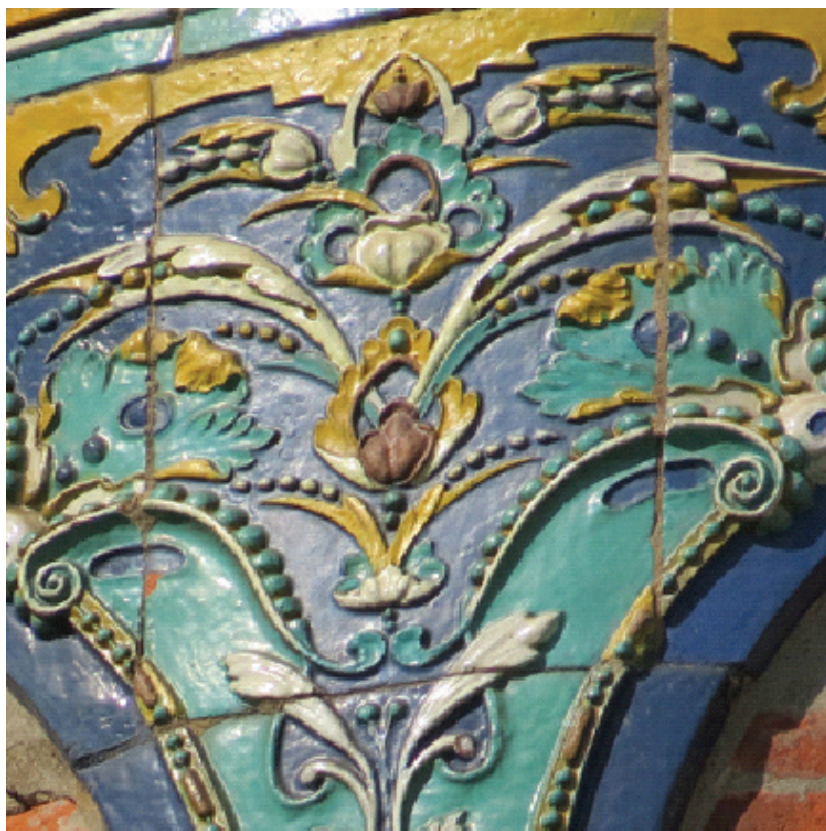
Обобщая проведенный анализ и опираясь на теорию социальной перцепции [Bruner, 1951], а также подход к анализу восприятия произведений искусства [Леонтьев, 1998], мы можем утверждать, что социально-психологические характеристики субъекта восприятия (в нашем случае это культурная идентичность) могут оказывать эффект на восприятие характеристик объекта восприятия (в нашем случае это элемент храмовой архитектуры — изразец).

Ранее проведенные исследования показывали, что восприятие собственно архитектурных объектов и их фотоизображений не имеет значимых различий [Вырва, 2017]. Исходя из этого и учитывая то обстоятельство, что храмовые изразцы, как правило, расположены на достаточной высоте и могут быть не всегда доступны для восприятия, мы анализировали восприятие не самого изразца на стенах храма, а его фотоизображения.

Таким образом, цель нашего исследования — выявить взаимосвязь культурной идентичности (этнической, региональной и религиозной идентичностей) русских в России с их восприятием изображения архитектурного храмового изразца. Проведенный анализ не позволял выдвинуть определенные гипотезы, поэтому мы поставили исследовательский вопрос: какова роль культурной идентичности русских, проживающих в России, в восприятии (позитивном/негативном) изображения архитектурного храмового изразца?

Методы исследования

Опрос, основанный на добровольном анонимном участии, проходил онлайн на платформе 1ka в 2020–2021 годах. Респонденты набирались из Центрального и Северо-Западного федеральных округов России. Сначала респонденты заполняли шкалы, измеряющие выраженность идентичностей, затем респондентам



В.Н. Галяпина,
Н.А. Киселева,
И.А. Аполлонов

Роль культур-
ной идентично-
сти в восприя-
тии элемен-
тов храмовой
архитектуры

Рис. 1. Изразец, расположенный на барабанах куполов Теремного дворца Московского Кремля

представлялось цветное фотоизображение с надписью «Изразец Теремного дворца Московского Кремля», после чего — шкалы семантического дифференциала для оценки изразца по предложенным характеристикам (рис. 1). На следующем этапе респонденты отвечали на вопросы социально-демографического характера.

Первоначально выборка составляла 737 респондентов. Чтобы минимизировать эффект этноцентризма (поскольку демонстрируемый изразец связан с русской культурой), мы очистили выборку, оставив для анализа только представителей русской этнической группы. Кроме того, нами использовался контрольный вопрос «Знаете ли Вы, что такое изразец?» В выборку вошли только те респонденты, которые ответили на него положительно. В итоге выборку составили 620 респондентов, все русские по этнической принадлежности. Их возраст: 17–68 лет ($27,84 \pm 11,50$); пол: женский — 53,4%; уровень образования: высшее — 31,8, неполное высшее — 25, среднее специальное — 9,7, среднее — 10,7, неполное среднее — 2,3%; религиозная принадлежность: православные христиане — 70, неверующие

Для анализа восприятия изображения архитектурного храмового изразца использовался биполярный семантический дифференциал (СД-36). За основу методики были взяты пары противоположных по смыслу прилагательных, оцениваемых по семибалльной шкале и включающих пары личностного семантического дифференциала Ч. Осгуда, Дж. Суси и П. Танненбаума [см.: Осгуд, 1972], а также шкалы архитектурного семантического дифференциала, предложенные С.Э. Габидулиной для исследования городской архитектурной среды [Габидулина, 2012]. Последние были дополнены характеристиками, отражающими визуально-эстетические качества образа изразца, его известность-значимость и эмоциональное влияние. В итоге модифицированный нами опросник СД-36 включил 36 пар прилагательных, разбитых на четыре группы: визуально-аудиальные качества — 6 пар (например: *яркий* — *тусклый*); эмоциональные характеристики — 12 (например: *радостный* — *печальный*); личностные характеристики — 13 (например: *добрый* — *злой*); признаки известности-значимости изразца — 5 пар (например: *известный* — *неизвестный*).

- этническая идентичность: использовалась шкала из опросника проекта MIRIPS, переведенного (с английского) и адаптированного в России [Стратегии, 2009]. Шкала включала семь вопросов, например: «Я считаю себя частью культуры моего народа» ($\alpha = 0,87$);

- религиозная идентичность [Verkuyten, 2007]: шкала включала шесть вопросов, например: «Я рад исповедовать свою религию» ($\alpha = 0,94$);

- региональная идентичность (идентификация с малой родиной): за основу взята шкала идентичности с местом [Droseltis, 2010]. Шкала включала пять вопросов, например: «Я чувствую эмоциональную привязанность к своей малой родине» ($\alpha = 0,89$).

В исследовании фиксировались следующие социально-демографические характеристики: пол, возраст, образование, этническая принадлежность, вероисповедание. Математико-статистическая обработка данных включала: описательные статистики, эксплораторный факторный анализ, моделирование структурными уравнениями (SEM) с использованием приложения AMOS 22.0 в SPSS 22.0.

Как показали результаты анализа средних значений восприятия изображения изразца Теремного храма Московского Кремля, наиболее

выражены такие его (изразца) характеристики: *приятный* (5,41), *дружелюбный* (5,25), *благоприятный* (5,22), *торжествующий* (5,22), *счастливый* (5,15), *сильный* (5,10). Примечательно, что в целом у респондентов доминирует позитивное восприятие данного изразца.

Для снижения размерности шкал, структурирования образа, полученного при восприятии изразца, нами проведен эксплораторный факторный анализ, при котором использовался метод главных компонент с вращением варимакс с нормализацией Кайзера. Вращение сошлось за восемь итераций. В результате было получено пятифакторное пространство, объясняющее 57,6% дисперсии по изображению изразца.

Первый, самый значимый фактор (17,5% дисперсии), названный нами «Праздничный», включал 13 характеристик: *торжествующий*, *звонкий*, *праздничный*, *сильный*, *заметный*, *значимый*, *счастливый*, *родной*, *приятный*, *благоприятный*, *энергичный*, *знакомый*, *открытый* ($M_{1\text{фактор}} = 4,99$, $SD = 0,99$). Второй фактор (15,4% дисперсии), именованный «Некомфортный», содержал девять характеристик: две характеристики со знаком «–»: *расслабляющий*, *неутомительный* — и семь характеристик со знаком «+»: *отталкивающий*, *некомфортный*, *нежелаемый*, *некрасивый*, *опустошающий*, *непривлекательный*, *печальный* ($M_{2\text{фактор}} = 3,19$, $SD = 1,01$). Третий фактор (9,3% дисперсии), получивший условное название «Пассивный», включал четыре характеристики: *злой*, *молчаливый*, *пассивный*, *неуверенный* ($M_{3\text{фактор}} = 3,21$, $SD = 1,00$). Четвертый фактор (8,5%) — «Минорный» — составили пять характеристик: *минорный*, *уступчивый*, *нерешительный*, *тусклый*, *обычный* ($M_{4\text{фактор}} = 3,54$, $SD = 1,02$). Пятый фактор (6,8%) — «Дружелюбный» — содержал четыре характеристики: *спокойный*, *независимый*, *дружелюбный*, *отзывчивый* ($M_{5\text{фактор}} = 4,81$, $SD = 0,99$). Таким образом можно видеть, что у русских в России наиболее выражена положительная семантическая оценка изображения изразца Теремного храма Московского Кремля, а характеристики «Праздничный» и «Дружелюбный» имеют наиболее высокие средние значения.

Как показали результаты исследования средних значений идентичностей, более всего у респондентов выражена этническая идентичность ($M = 3,86$, $SD = 0,77$), среднее значение выраженности имеет региональная идентичность (идентичность с малой родиной) ($M = 3,56$, $SD = 0,99$). И наконец, религиозная идентичность оказалась наименее выраженной ($M = 2,94$, $SD = 1,16$).

Эксплораторный факторный анализ поводился для того, чтобы поверить, действительно ли этническая, религиозная и региональная идентичности объединяются в один фактор — культурную идентичность. Данные показали, что процент объясненной

В.Н. Галяпина,
Н.А. Киселева,
И.А. Аполлонов

Роль культурной идентичности в восприятии элементов храмовой архитектуры

СИМВОЛЫ. ЦЕННОСТИ. ИДЕАЛЫ

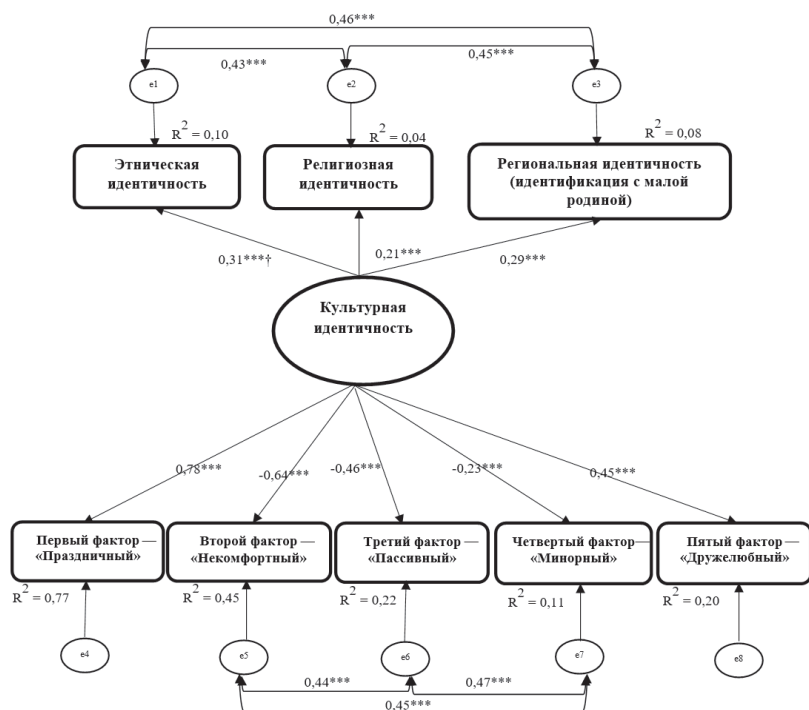


Рис 2. Модель взаимосвязи культурной идентичности с характеристиками восприятия респондентами фотоизображения изразца Теремного дворца Московского Кремля:

† — переменная имеет фиксированное значение 1 в нестандартизованном решении; * — $p \leq 0,05$; ** — $p \leq 0,01$; *** — $p \leq 0,001$

дисперсии для последней составляет 64,5% (этническая идентичность имеет коэффициент 0,81, религиозная — 0,78, региональная — 0,79). Эти данные позволили нам включить в модель латентный конструкт «Культурная идентичность», состоящий из этнической, религиозной и региональной идентичностей.

Для ответа на поставленный нами исследовательский вопрос — о роли культурной идентичности русских, проживающих в России, в восприятии изображения архитектурного храмового изразца — проведен анализ с использованием моделирования структурными уравнениями. Результаты представлены на рис. 2. Мы контролировали влияние пола, возраста и образования респондентов, однако эффект не был значимым, поэтому в модели данные переменные не отражены. Показатели модели соответствуют рекомендованным: $\chi^2/df = 3,1$; CFI = 0,98; SRMR = 0,031; RMSEA = 0,066; PCLOSE = 0,225.

Проведенное исследование показало, что этническая, религиозная и региональная идентичности вносят значимый вклад

в общий фактор — культурную идентичность (этническая — 31, религиозная — 21, региональная — 29%). Кроме того, все три идентичности положительно взаимосвязаны между собой, то есть являются элементами культурной идентичности. Согласно данным структурного моделирования, культурная идентичность связана позитивно с позитивными характеристиками изразца — «Праздничный» и «Дружелюбный» — и негативно с его отрицательными характеристиками — «Некомфортный», «Пассивный» и «Минорный». Таким образом, отвечая на поставленный нами исследовательский вопрос, можно сказать, что у русских в России их культурная идентичность предсказывает позитивное восприятие такого элемента храмовой архитектуры, как изразец.

В.Н. Галяпина,
Н.А. Киселева,
И.А. Аполлонов

Роль культурной идентичности в восприятии элементов храмовой архитектуры

Обсуждение результатов и выводы

Наше исследование было посвящено изучению восприятия элемента городской среды — архитектурного храмового изразца и роли в этом процессе идентичности человека. Мы рассматривали культурную идентичность (включающую этническую, религиозную и региональную идентичности) как фактор, обуславливающий восприятие элемента архитектуры, который связан с древней русской культурой. Данные исследования показали, что изразец характеризуется русскими респондентами прежде всего как «Праздничный» и «Дружелюбный». Потом дается такая характеристика, как «Минорный», затем — «Пассивный» и на последнем месте — «Некомфортный». В целом изображение изразца Теремного дворца Московского Кремля воспринимается респондентами позитивно, оно окрашено «праздничными», теплыми чувствами.

Как свидетельствует анализ средних значений выраженности идентичностей, более всего выражена этническая идентичность, несколько меньше — региональная и менее всего — религиозная. Бóльшая значимость этнической и региональной идентичностей может быть связана с тем, что в условиях нестабильности и неопределенности они выступают важным ресурсом сохранения позитивного самоопределения. К подобным результатам пришли и другие исследователи [Гриценко, 2020:176]. Низкая выраженность религиозной идентичности может быть связана с особенностями выборки исследования, поскольку 27,1% респондентов указали, что они неверующие, атеисты. Тем не менее анализ продемонстрировал тесную связь этнической, региональной и религиозной самоидентификации русских, а также то, что эти идентичности вносят значимый вклад в общий фактор — культурную

■■■■■■■■■■
**СИМВОЛЫ.
 ЦЕННОСТИ.
 ИДЕАЛЫ**
 ■■■■■■■■■■

идентичность. Наши данные согласуются с данными ранее проведенных в России исследований [см.: Арутюнова, 2017; Денисова, 2013; Еремина, 2016].

В соответствии с результатами нашего исследования, русские с выраженной культурной идентичностью, разделяющие идеи и убеждения своего народа, ощущающие себя частью русской культуры, испытывающие позитивные чувства к культуре своей малой родины, к своей религии, воспринимают изразец Теремного дворца Московского Кремля как «Праздничный» и «Дружелюбный». Можно сказать, что культурная идентичность способствует более позитивному восприятию архитектурных сооружений, являющихся элементами родной культуры. В другом исследовании были получены похожие результаты о связи ценностей сохранения (ориентированных на безопасность, сохранение традиций, норм и правил) с позитивным образом храмового изразца [Киселева, 2022]. Следовательно, принятие, переживание собственной культуры, идентификация с ней обуславливают позитивное отношение к окружающему пространству, наполненному ее элементами.

Вместе с тем выраженная культурная идентичность в нашем исследовании снижала значимость таких характеристик изразца, как «Некомфортный», «Пассивный» и «Минорный», что также свидетельствует о том, что культурная идентичность стимулирует позитивные образы элемента традиционной русской культуры, отражающиеся в его позитивной психосемантической оценке.

Эмпирическое исследование позволило сделать следующие выводы:

- в результате факторного анализа, проведенного по данным семантического дифференциала, с помощью которого респонденты оценивали фотоизображение изразца Теремного дворца Московского Кремля, получено пятифакторное пространство: «Праздничный», «Некомфортный», «Пассивный», «Минорный», «Дружелюбный»;
- в восприятии (семантической оценке) изображения изразца Теремного дворца Московского Кремля наиболее выражены позитивные характеристики — «Праздничный» и «Дружелюбный»;
- у русских более всего выражена этническая идентичность, несколько меньше — региональная, менее всего — религиозная. Указанные идентичности выступают элементами культурной идентичности;
- культурная идентичность является положительным предиктором восприятия позитивных характеристик изображения изразца Теремного дворца Московского Кремля и отрицательным — негативных характеристик данного изображения.

Ограничения и будущие исследования

Проведенное исследование имеет ограничения. Первое состоит в том, что изучалось восприятие не самого изразца на стенах Московского Кремля в его естественной среде, а цветного фотоизображения на компьютере. Последнее, с одной стороны, могло несколько исказить цветовую гамму образа и изменить восприятие изразца в соответствии с законом гештальт-психологии «фигура — фон», где в качестве фона выступает либо целостный ансамбль Теремного дворца Московского Кремля, либо экран компьютера, а с другой — позволило рассмотреть образ изразца во всех мельчайших деталях, что затруднительно сделать на улице из-за расположения изразца на значительной высоте.

Еще одно ограничение связано с выбором конкретного изображения изразца. Мы посчитали, что изразцы Московского Кремля известны большому количеству россиян и являются отражением русской культуры. Возможно, выбор другого изображения привел бы к иным результатам, поэтому мы, не ограничившись одним образом, взяли для сравнения и другие изразцы древнерусских храмов, особенности восприятия которых будут отражены в последующих публикациях.

* * *

Полученные результаты исследования дают основание утверждать, что культурная идентичность респондентов детерминирует психосемантическую оценку архитектурных храмовых изразцов, являясь отражением самоопределения и системы отношений личности. Настоящее исследование демонстрирует, что идентичность человека оказывает эффект на восприятие архитектурных элементов городской среды. Эти данные расширяют возможности применения теории социальной перцепции, в частности позволяют говорить о том, что культурная идентичность, связывающая человека с культурой, историей, религией его народа, оказывает эффект на позитивное восприятие окружающей его архитектуры. Исследование также демонстрирует значимость социальной идентичности в восприятии элементов традиционной культуры и дополняет идеи психологии среды и психологии искусства.

Полученные в ходе исследования результаты могут быть использованы в разных областях: искусствоведении и дизайне для обоснования особенностей воздействия визуальных стимулов на зрителей; туризме и экскурсоведении для регуляции туристических потоков путем отбора информационного содержания для экскурсантов с учетом их культурной идентичности; разработке

В.Н. Галяпина,
Н.А. Киселева,
И.А. Аполлонов

Роль культурной идентичности в восприятии элементов храмовой архитектуры

брендинга разных регионов; урбанистике при изучении факторов, влияющих на эстетику и комфортность окружающей среды.

The Role of Cultural Identity in the Perception of Temple Architecture Elements

Victoria N. Galyapina

DSc in Psychology, Associate Professor, Professor of the Department of Psychology, Chief Researcher of the Center for Sociocultural Research of the Faculty of Social Sciences.

National Research University Higher School of Economics.

20 Myasnitskaya Str., Moscow 101000, Russian Federation.

ORCID: 0000-0002-3885-1455

vgalyapina@hse.ru

Nadezhda A. Kiseleva

CSc in Psychology, Associate Professor of the Department of Psychology. Pskov State University.

2 Lenin Square, Pskov 180000, Russian Federation.

ORCID: 0000-0002-4343-3530

kiselevana@yandex.ru

Ivan A. Apollonov

DSc in Philosophy, Associate Professor, Professor of the Department of History, Philosophy and Psychology.

Kuban State Technological University.

2 Mosckovskaya Str., Krasnodar 350072, Russian Federation.

ORCID: 0000-0002-1926-8213

oblgo@yandex.ru

Abstract. Cultural identity (including ethnic, religious and regional identities) is analyzed as a factor determining the positive/negative perceptions of one of the elements of the urban architectural environment — temple tiles. Based on the theory of social perception, taking into account the peculiarities of perception of artworks, the authors conducted a study among Russians in Russia (N = 620). Semantic differential and scales measuring ethnic, religious and regional identity were used. Data processing was carried out using confirmatory factor analysis and structural equation modeling. The results showed that the semantic space of perception of the tiles of the Terem Palace of the Moscow Kremlin has a five-factor structure: “Festive”, “Uncomfortable”, “Passive”, “Minor”, “Friendly”. At the same time, the most significant are positive characteristics “Festive” and “Friendly”. Such components of cultural identity as ethnic and regional identities are the most significant, while religious identity is less significant among respondents. Cultural identity is a positive predictor of the perception of positive characteristics of the tile image located on the domes of the Moscow Kremlin Terem Palace and a negative predictor of the negative characteristics perception. Thus, cultural identity stimulates positive images

of an element of traditional Russian architecture — temple tiles, which are reflected in its positive psychosemantic assessment. The data obtained can be used in tourism and excursion studies to regulate tourist flows by selecting information content for tourists, taking into account their cultural identity; in developing branding for different regions; in urban studies when studying factors influencing the aesthetics and comfort of the environment.

Keywords: ethnic identity, religious identity, regional identity, cultural identity, architectural temple tile, semantic differential, Russians, Russia.

For citation: Galyapina V.N., Kiseleva N.A., Apollonov I.A. The Role of Cultural Identity in the Perception of Temple Architecture Elements // *Chelovek*. 2024. Vol. 35, N 5. P. 145–163. DOI: 10.31857/S0236200724050085

В.Н. Галяпина,
Н.А. Киселева,
И.А. Аполлонов

Роль культурно-
й идентично-
сти в восприя-
тии элемен-
тов храмовой
архитектуры

Литература/References

Аполлонов И.А., Тарба И.Д. Проблема оснований этнокультурной идентичности в контексте глобализации // *Вопр. философии*. 2017. № 8. С. 30–42.

Apollonov I.A., Tarba I.D. Problema osnovanii etnokul'turnoi identichnosti v kontekste globalizatsii [The Problem of the Foundations of Ethnocultural Identity in the Context of Globalization]. *Voprosy filosofii*. 2017. N 8. P. 30–42.

Арутюнова Е.М. Государственно-гражданская и этническая идентичности молодежи: общероссийский контекст и региональная специфика // *Россия реформирующаяся: Ежегодник*. Вып. 15 / отв. ред. М.К. Горшков. М.: Новый Хронограф, 2017. С. 259–273.

Arutyunova E.M. Gosudarstvenno-grazhdanskaya i etnicheskaya identichnosti molodezhi: obshcherossiiskii kontekst i regional'naya spetsifika [State-Civil and Ethnic Identities of Youth: All-Russian Context and Regional Specifics]. *Rossiya reformiruyushchayasya: Ezhegodnik* [Russia Reforming: Yearbook]. Iss. 15, execut. ed. by M.K. Gorshkov. Moscow: Novyi Khronograf Publ., 2017. P. 259–273.

Баранов Н. Этничность и этническая идентичность. 2016 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nicbar.ru/politology/study/kurs-etnopolitologiya> (дата обращения: 28.02.2024).

Baranov N. *Etnichnost' i etnicheskaya identichnost'* [Ethnicity and Ethnic Identity]. 2016 [Electronic resource]. URL: <https://www.nicbar.ru/politology/study/kurs-etnopolitologiya> (date of access: 28.02.2024).

Вывра А.Ю. Изучение особенностей восприятия архитектурной городской среды на основе исследования панорам Google // *Экспериментальная психология*. 2017. Т. 10, № 1. С. 89–108. DOI: 10.17759/exppsy.2017100107

Vyrva A.Yu. Izuchenie osobennostei vospriyatiya arkhitekturnoi gorodskoi sredy na osnove issledovaniya panoram Google [Study of the Peculiarities of Perception of the Architectural Urban Environment Based on the Study of Google Panoramas]. *Experimental psychology*. 2017. Vol. 10, N 1. P. 89–108. DOI: 10.17759/exppsy.2017100107

Вывра А.Ю., Леонтьев Д.А. Субъектные и объектные факторы субъективно-семантического оценивания архитектурных объектов // *Культурно-историческая психология*. 2016. Т. 12, № 2. С. 33–45. DOI: 10.17759/chp.2016120204

- Architectural Temple Tiles]. *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*. 2022. Vol. 19, N 4. P. 784–804. DOI: 10.17323/1813-8918-2022-4-784-804
- Леонтьев Д.А. Введение в психологию искусства. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1998.
- Leont'ev D.A. *Vvedenie v psikhologiyu iskusstva* [Introduction to the Psychology of Art]. Moscow: Moscow University Publishing House, 1998.
- Мельникова Л.В. Проблема культурной идентичности: концептуальные подходы // Гуманитарные и социальные науки. 2010. № 5. С. 226–234.
- Mel'nikova L.V. Problema kul'turnoi identichnosti: kontseptual'nye podkhody [The Problem of Cultural Identity: Conceptual Approaches]. *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*. 2010. N 5. P. 226–234.
- Монне Т.А. Культурная идентичность в новостных текстах СМИ России и Франции // Политическая лингвистика. 2023. Т. 4, № 100. С. 142–150.
- Monnet T.A. Kul'turnaya identichnost' v novostnykh tekstakh SMI Rossii i Frantsii [Cultural Identity in News Texts of the Russian and French Media]. *Political linguistics*. 2023. Vol. 4, N 100. P. 142–150.
- Нартова-Бочавер С.К., Бочавер К.А., Бочавер С.Ю. Жизненное пространство семьи: объединение и разделение. М.: Генезис, 2011.
- Nartova-Bochaver S.K., Bochaver K.A., Bochaver S.Yu. *Zhiznennoe prostranstvo sem'i: ob'yedinenie i razdelenie* [Family Living Space: Unification and Division]. Moscow: Genesis Publ., 2011.
- Немаева Н.О. Формирование российской социальной и культурной идентичности посредством возрождения сакрального искусства // Социодинамика. 2015. № 2. С. 54–67. DOI:10.7256/2409-7144.2015. 2.14404
- Nemaeva N.O. Formirovanie rossiiskoi sotsial'noi i kul'turnoi identichnosti posredstvom vrozozhdeniya sakral'nogo iskusstva [Formation of Russian Social and Cultural Identity Through the Revival of Sacred Art]. *Sotsiodinamika*. 2015. N 2. P. 54–67. DOI:10.7256/ 2409-7144.2015. 2.14404
- Осгуд Ч., Суси Дж., Танненбаум П. Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам / пер. с англ. В.С. Каменского // Семиотика и искусствометрия / ред. Ю.М. Лотман, В.М. Петров. М.: Мир, 1972. С. 278–297.
- Osgood Ch., Soucy J., Tannenbaum P. Prilozhenie metodiki semanticheskogo differentsiala k issledovaniyam po estetike i smezhnym problemam [Application of the Semantic Differential Technique to Research on Aesthetics and Related Problems], transl. from Engl. by V.S. Kamenskii. *Semiotika i iskusstvometriya* [Semiotics and Art Metrics], ed. by Yu.M. Lotman, V.M. Petrov. Moscow: Mir Publ., 1972. 278–297.
- Позитивные межнациональные отношения и предупреждение нетерпимости: Опыт Татарстана в общероссийском контексте / под ред. Л.М. Дробизевой, С.В. Рыжовой. М.; СПб.: Нестор-История, 2016.
- Pozitivnye mezhnatsional'nye otnosheniya i preduprezhdenie neterpimosti: Opyt Tatarstana v obshcherossiskom kontekste* [Positive Interethnic Relations and the Prevention of Intolerance: The Experience of Tatarstan in the All-Russian Context], ed. by L.M. Drobizheva, S.V. Ryzhova. Moscow; St. Petersburg: Nestor-Istoriya Publ., 2016.
- Русских Л.В. Идентичность: культурная, этническая, национальная // Вестн. Юж.-Урал. гос. ун-та. Сер. «Соц.-гуманит. науки». 2013. Т. 13, № 2. С. 178–180.

В.Н. Галяпина,
Н.А. Киселева,
И.А. Аполлонов
Роль культурной идентичности в восприятии элементов храмовой архитектуры

- Chen Y.-W., Mendy M.G. Cultural Identity. *Communication*. Oxford: Oxford University Press, 2021. DOI: 10.1093/OBO/9780199756841-0254
- Droseltis O., Vignoles V. Towards an Integrative Model of Place Identification: Dimensionality and Predictors of Intrapersonal-Level Place Preferences. *Journal of Environmental Psychology*. 2010. Vol. 30. P. 23–34. DOI: 10.1016/j.jenvp.2009.05.006
- Hall S. Identity and Diaspora. *Essential Essays*, ed. by D. Morley. Vol. 2. Durham: Duke University Press, 2018. DOI: 10.2307/j.ctv11smnnj
- Handbook of Identity Theory and Research*, L. Schwartz, K. Luyckx, V.L. Vignoles (eds). New York: Springer, 2011. DOI: 10.1007/978-1-4419-7988-9
- Jati R.P. *Cultural Identity and Community Media: Empowering the Cultural Community*. Presentation. 2023. “Media and Identity” Seminar. DOI: 10.13140/RG.2.2.24621.46560. URL: <https://www.researchgate.net/publication/374975765> (date of access: 28.02.2024).
- Kleinhempel U.R., Nicolaides A. Sacred Sites, Identity, and Resilience — on the Retrieval of Collective and Historic Identity Across Religious and Cultural Difference. *Pharos Journal of Theology*. 2024. Vol. 105, Iss. 1. DOI: 10.46222/pharosjot.105133
- Mahmud F., Talaohu A. Cultural Identity of North Maluku in Folk Pop: When Traditional Meets the Future. *Anaphora: Journal of Language, Literary, and Cultural Studies*. 2023. Vol. 6(2). P. 191–203. DOI: 10.30996/anaphora.v6i2.9760
- Mateo A. Influence of Cultural Diversity and Identity on Fashion Expression and Communication in Mexico. *International Journal of Fashion and Design*. 2024. Vol. 3, N 1. P. 1–11. DOI: 10.47604/ijfd.2387
- Ngu D.T. Ethnic Cultural Identity in Mythology. *International Journal of Social Science and Human Research*. 2023. Vol. 6, Iss. 12. P. 7439–7441. DOI: 10.47191/ijsshr/v6-i12-31
- Rodgers S. Roots and Fields: Excursions Through Place, Space, and Local in Hyperlocal Media. *Media Culture & Society*. 2017. Vol. 40(6). DOI: 10.1177/0163443717729213
- Verkuyten M. Religious Group Identification and Inter-Religious Relations: A Study Among Turkish-Dutch Muslims. *Group Processes and Intergroup Relations*. 2007. Vol. 10. P. 341–357.
- Zamaraeva Y.S., Koptseva N.P. History of Complex Identity Research. *Journal of Siberian Federal University Humanities & Social Sciences*. 2020. Vol. 13, Iss. 7. P. 1216–1229. DOI: 10.17516/1997-1370-0637

В.Н. Галяпина,
Н.А. Киселева,
И.А. Аполлонов
Роль культур-
ной идентично-
сти в восприя-
тии элемен-
тов храмовой
архитектуры