

Секция «Психология»

Культурные особенности опосредования в мнемической деятельности

Байрамова Туркян Намик

Студент

*Филиал МГУ имени М.В.Ломоносова в городе Баку, Факультет психологии, Баку,
Азербайджан*

E-mail: turkanbayratova@mail.ru

Как известно, основным свойством высших психически функций (ВПФ) является их опосредствованность определенными «психологическими орудиями» - знаками, возникшими в результате общественно-исторического развития. Обычно знаки – «продукт» культуры, поэтому могут существовать культурные различия в любом опосредствовании, в том числе и в мнемической деятельности.

Проведенное исследование базируется на трудах известных психологов, как А.М. Эткинд, Бодалев А.А., Столин В.В. и т.д.

Цели работы:

1. Выявить наличие или отсутствие языково-культурной специфики в знаковом опосредствовании и запоминании словесного материала.

2. Выявить закономерность в процессе цветоассоциативного оценивания опосредствованного стимульного материала.

Гипотезы:

1. Существует культурная специфика в применении мнемических средств, используемых при запоминании, связанная с особенностями менталитета и культурными традициями.

2. Предполагается, что каждый стимул обладает индивидуальной эмоциональной оценкой, которая в зависимости от эмоционального опыта испытуемого может быть основана как на культурной традиции, так и на личном опыте.

Методики:

Методика пиктограмм (в модификации О.Н. Арестовой);

Методика «Цветовой тест отношений» (ЦТО) А.М. Эткинда.

Исследование:

Было проведено исследование в целях подтверждения согласованности двух методик и выявления интересующих нас положений.

В исследовании приняло участие 2 группы испытуемых по 25 человек. Первая группа относилась к русской культуре, вторая – к азербайджанской. Возраст варьировал от 17 лет до 65, среди них были как городские, так и сельские жители мужского и женского пола.

Процедура:

Сначала испытуемые выполняли методику пиктограмм. Участникам исследования вслух был предъявлен стимульный материал, который следовало опосредствовать, используя прием зарисовок. В качестве стимульного материала использовались следующие словосочетания: строгий контроль, богатство, заботливая мать, опасный соперник, счастливая семья, верный друг, надежный мужчина (для женщин), красивая женщина - для мужчин, справедливость, веселая компания, развитие, острый конфликт, вкус-

ный ужин. Для выборки, принадлежащей к азербайджанской культуре, стимулы были переведены на азербайджанский язык.

Работа проводилась с каждым испытуемым индивидуально. По истечении положенного времени (1,5 ч.) был проведен опрос. Все ответы испытуемого по своим зарисовкам (предъявлялись рисунки по одному, в той же последовательности, в которой испытуемый рисовал) заносились в протокол с указанием их поправок на месте искажений и забываний.

Затем, применялась методика ЦТО. Перед испытуемым на белом фоне раскладывались восемь карточек цветового теста Люшера, которые следовало ранжировать в порядке предпочтения от "самого приятного для глаза" до "самого неприятного". Индивидуальное ранжирование учитывалось при разделении цветов на «положительные» и «отрицательные». Следующим шагом был выбор одного цвета после озвученного стимула, который служил показателем эмоционального принятия либо отвержения, позитивности либо негативности стимула, отношение к которому исследуется.

Результаты:

Нами были сформированы критерии, по которым мы классифицировали рисунки испытуемых в пиктограммах, проанализировав их содержание.

В соответствии с выбранными критериями, была установлена положительная значимая корреляция цветоассоциативных оценок отношений с эмоциональной окраской опосредствованного стимульного материала ($r=0,120$ в отношении агрессивно окрашенных стимулов и $r=0,186$ в отношении стимулов с позитивным эмоциональным фоном, при $\alpha=0,05$). Различия, связанные с культурной спецификой, были выявлены в содержании рисунков. Например, испытуемые, принадлежащие к русской выборке, для запоминания стимула «веселая компания» чаще всего рисовали людей с бутылками в руках или вокруг, в то время как испытуемые, принадлежащие к русской выборке, в ответ на тот же стимул рисовали просто большое количество людей. Культурные особенности проявлялись и в эмоциональной оценке цветов. Оказалось, что для азербайджанской культуры красный цвет, наравне с черным, имеет «отрицательную» окраску, ассоциируясь с кровью (преимущественно, испытуемые выбирали данный цвет после таких стимулов, как «опасный соперник», «строгий контроль», «острый конфликт»), в то время как для лиц, принадлежащих к русской культуре, данный цвет имел «положительную» эмоциональную окраску, ассоциируясь со страстью и бурными эмоциями («красивая женщина», «веселая компания»).

Выводы:

После качественной и статистической обработки оказалось, что данные методики позволяют нам выявлять не только межкультурные различия в мнемическом опосредствовании, но также зафиксировать кардинальное различие в выборе цвета относительно одного и того же стимула. Это, по нашему мнению, объясняется культурными особенностями и личностными цветовыми предпочтениями испытуемых.