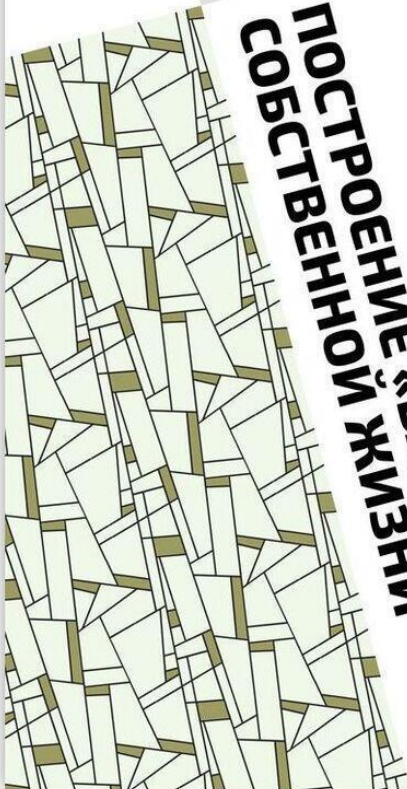


12+

Наталия Плотникова

**ПОСТРОЕНИЕ «БАШНИ»
СОВСТВЕННОЙ ЖИЗНИ**



Наталия Плотникова
Построение «Башни»
собственной жизни.
Методическое руководство

<https://litres.ru/74249029>

ISBN 9785007034081

Аннотация

Методическое руководство по использованию наглядно-образной методики диагностики и коррекции ценностных ориентиров личности в кризисных и послекризисных ситуациях.

Целевая аудитория: спортивные психологи, кризисные психологи, педагоги-психологи, специалисты по работе с молодёжью, психологи, работающие с горем и утратой.

Форма работы: индивидуальная.

Время проведения: 70–90 минут.

Содержание

ЧАСТЬ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ МЕТОДИКИ	6
Введение: почему кризис требует невербального подхода	6
1. Автокоммуникация как механизм ценностного сдвига	10
2. Пластичность образа мира как мишень психокоррекции	26
Конец ознакомительного фрагмента.	31

Построение «Башни» собственной жизни Методическое руководство

Наталия Плотникова

© Наталия Плотникова, 2026

ISBN 978-5-0070-3408-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

«Построение „Башни“ собственной жизни»

Наглядно-образная диагностика и коррекция ценностных ориентиров личности в кризисных и послекризисных ситуациях

Автор методики: Н. С. Плотникова

Целевая аудитория: спортивные психологи, кризисные психологи, педагоги-психологи, специалисты по работе с молодёжью, психологи, работающие с горем и утратой

Форма работы: индивидуальная

Время проведения: 70—90 минут

В кризисе человек часто не может словами описать свои ценностные противоречия, действуя на основе неосознава-

емых установок. Методика «Построение „Башни“ собственной жизни» через создание модели из брусков позволяет наглядно диагностировать разрыв между декларируемыми и реально действующими ценностями. Повторяющееся разрушение башни, построенной на внешних опорах (спорт, деньги, карьера), запускает механизм автокоммуникации и стресс-реакцию, что подводит клиента к инсайту. В итоге клиент самостоятельно приходит к необходимости выстраивать фундамент жизни на интернальных, неотчуждаемых ценностях (личность, образование), что развивает пластичность образа мира. Методика эффективна для спортивных и кризисных психологов при работе с утратой, травмой и экзистенциальными кризисами.

ЧАСТЬ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ МЕТОДИКИ

Введение: почему кризис требует невербального подхода

Практика кризисной психологии, особенно в спорте высших достижений и при работе с утратой, фиксирует устойчивый профессиональный парадокс: клиент часто не может вербализовать свои ценностные противоречия, но при этом переживает их телесно и эмоционально с высокой интенсивностью. Этот парадокс имеет глубокие корни в устройстве психики. Ценностно-смысловая сфера, в отличие от операционально-технической, в значительной степени невербализуема, особенно когда речь идёт о *реально действующих*, а не декларируемых ценностях. «Реально действующие ценности» (vs декларируемые) — эти понятия не имеют устоявшегося единого термина, но их содержание разработано в рамках теорий имплицитных установок и диспозиционно-ситуационного подхода. Под «реально» действующими ценностями (имплицитными ценностями, ценностями-регуляторами) мы будем понимать ценностные ориентации, которые проявляются в спонтанном выборе и поведении в ситуации

ях с низкой социальной нормативной определённости. Они могут не осознаваться субъектом, не рефлексироваться им и расходиться с декларируемыми ценностями (вербально выражаемыми убеждениями). Источником реально действующих ценностей является прошлый эмоционально-подкреплённый опыт, а не логический вывод или социально желательные ответы.

Ключевые различия:

Параметр	Декларируемые ценности	Реально действующие ценности
Доступность	Осознаваемы, вербализуемы	Часто неосознаваемы
Канал проявления	Речь, ответы на опросники	Действие в ситуации выбора
Устойчивость	Может быстро меняться (под влиянием инструкции)	Высокая, меняется через опыт
Диагностика	Прямые вопросы	Проективные методики, поведенческие тесты

Традиционные опросники — методика М. Рокича, портретный ценностный опросник Ш. Шварца, тест смысложизненных ориентаций Д. А. Леонтьева — дают ценный, но ограниченный срез. Они фиксируют то, что клиент *знает* о своих ценностях и *готов сообщить*. Однако в кризисной

ситуации разрыв между знанием и реальным поведением, между декларируемым и действующим, достигает максимума. Спортсмен может искренне считать, что для него важны «семья» и «здоровье», но при этом в ситуации выбора (например, тренировка через боль или отдых для восстановления) действовать исходя из установки «спорт важнее всего». Опросник этого противоречия не покажет, потому что клиент не обманывает — он действительно верит в декларируемые ценности, но в реальном поведении руководствуется другими.

Вербальная терапия — классическое психоаналитическое интервью, когнитивная реструктуризация, экзистенциальный диалог — наталкивается на дополнительное препятствие. Спортсмены, привыкшие к действию, физической активности, соревновательной борьбе, часто испытывают фрустрацию от необходимости «сидеть и говорить». Их когнитивный стиль скорее *операционален*, чем *рефлексивен*. Люди в горе, переживающие острую фазу утраты, могут находиться в состоянии защитного онемения, когда вербальный контакт поверхностен, а аффект заблокирован. Подростки и молодёжь, находящиеся под влиянием медиасреды и виртуальных сообществ, демонстрируют сложные когнитивные защиты: рационализацию, интеллектуализацию, цинизм как защиту от уязвимости.

Методика «Построение „Башни“ собственной жизни» решает эту проблему через **телесно-опосредованную мета-**

фору. Клиент не рассказывает о своей жизни — он *строит* её. Психолог получает доступ не к отрефлексированным, а к *реально действующим* ценностным установкам, проявляющимся в трёх каналах: (1) селективный выбор — какие бруски клиент берёт первыми и кладёт в основание; (2) поведенческий паттерн — как он реагирует на разрушение; (3) эмоционально-телесная реакция — изменение дыхания, мышечного тонуса, мимики.

Ниже представлено развёрнутое теоретическое обоснование, опирающееся на три взаимосвязанных психологических конструкта, каждый из которых имеет солидную научную традицию и эмпирические подтверждения. Первый конструкт — **автокоммуникация** — объясняет *процессуальную сторону* изменений: как именно клиент приходит к новому ценностному знанию. Второй — **пластичность образа мира** — описывает *мишень коррекции*: что именно меняется в психике клиента. Третий — **интернальность/экстернальность ценностного локуса контроля** — раскрывает *содержательный результат*: какие ценности становятся опорными, а какие остаются важными, но не фундаментальными.

1. Автокоммуникация как механизм ценностного сдвига

1.1. История понятия и его современное значение

Термин «автокоммуникация» восходит к работам выдающегося семиотика и культуролога Ю. М. Лотмана. В его теории культуры автокоммуникация — это ситуация, когда «я пишу письмо сам себе» или «я читаю текст, который сам же написал, но в другом контексте». В такой ситуации сообщение не просто передаёт информацию — оно *трансформирует самого отправителя*, поскольку субъект одновременно находится в двух позициях: автора и адресата. Этот разрыв порождает новый смысл.

В психологию понятие автокоммуникации введено В. Л. Измагуровой и активно разрабатывается в контексте психологии сознания, самосознания и личностных кризисов. Автокоммуникация понимается как процесс внутреннего диалога, направленный субъектом на самого себя, результатом которого является изменение смысловых структур, ценностей, установок и в конечном счёте — идентичности.

Ключевое отличие от внешней коммуникации может быть представлено в виде таблицы, которая будет полезна для понимания специфики методики:

Параметр	Внешняя коммуникация (Я → Другой)	Автокоммуникация (Я → Я)
Адресат сообщения	Другой человек (или группа)	Сам субъект
Основная функция	Передача информации	Самотрансформация
Кто меняется в результате	Адресат (получает новую информацию)	Отправитель (меняет смысловые структуры)
Роль психолога	Передаёт знание, инструктирует	Создаёт условия для запуска внутреннего диалога
Эффективность в кризисе	Низкая (сопротивление, формальное согласие)	Высокая (инсайт переживается как собственное открытие)

Автокоммуникация — это не просто «размышление вслух» и не синоним рефлексии. Рефлексия может оставаться пассивным наблюдением за собственными мыслями («я думаю о том, что я думаю»), не приводя к изменению. Автокоммуникация — всегда *продуктивный процесс*, завершающийся рождением нового смысла, новой ценностной структуры. Это различие принципиально: человек может рефлексировать часами, но не сдвинуться с места; автокоммуникация же в норме имеет чёткий завершающий акт — инсайт.

1.2. Двухфазная структура автокоммуникации

Автокоммуникация как целостный процесс разворачивается в две последовательные фазы. Каждая фаза имеет свои психологические признаки, функциональное назначение и, что важно для практики, — свои типичные ошибки специалиста.

Фаза 1: Понимание (констатирующая, фаза «смыслового вакуума»).

Человек сталкивается с рассогласованием, парадоксом или кризисом, который его существующие смысловые схемы не могут объяснить или разрешить. Возникает состояние, которое В. Франкл назвал «экзистенциальным вакуумом», а Ж.-П. Сартр описывал как «тошноту» перед лицом абсурда. Важно подчеркнуть: это не состояние «я ничего не знаю» (невежество, которое можно заполнить информацией). Это состояние «я знаю, но моё знание *не работает*». Человек не может применить свои ценности к новой ситуации, потому что ситуация требует иных ценностей.

Субъективно эта фаза переживается как:

- тревога без явного объекта;
- растерянность, чувство, что «почва уходит из-под ног»;
- иногда — гнев, направленный на источник рассогласования («это вы во всём виноваты»);
- чувство пустоты, скуки, апатии (когда рассогласование хроническое).

Физиологически фаза понимания соответствует активации «системы ошибки» — передней поясной коры, которая

регистрирует разницу между ожидаемым и реальным. Это древний механизм, общий для всех млекопитающих: когда ожидание не совпадает с реальностью, мозг вырабатывает сигнал «что-то не так», который заставляет остановиться и пересмотреть действие. В нейрофизиологии и когнитивной науке процессы обнаружения рассогласования и обновления внутренних моделей среды описываются в рамках теории акцептора результатов действия (П. К. Анохин) и парадигмы предиктивного кодирования (или прогностической обработки информации). Согласно этим подходам, при столкновении с новизной или решении когнитивной задачи разворачивается следующая последовательность нейрональных событий.

1. Формирование прогноза (этап антиципации): Центральная нервная система на основе предшествующего опыта конструирует априорную гипотезу о свойствах стимула или последствиях действия, создавая нейронную модель ожидаемого входа (перцептивный или моторный шаблон).

2. Сравнение с реальностью (фаза верификации): На этапе, соответствующем «фазе понимания», мозг осуществляет мониторинг поступающей сенсорной информации, сопоставляя актуальные афферентные сигналы с ранее сформированным прогнозом.

3. Генерация сигнала ошибки (активация детектора рассогласования): При обнаружении несоответствия между ожидаемым и реальным стимулом (явлении, феноменологиче-

ски близком к когнитивному диссонансу) запускается специализированная «система регистрации ошибки предсказания» (prediction error). Ключевыми нейроанатомическими субстратами здесь выступают передняя поясная кора, а также популяции дофаминовых нейронов, экспрессирующие D2-рецепторы, которые кодируют отрицательную валентность несовпадения.

4. Обновление модели (нейропластичность и инсайт): Возникший сигнал ошибки выполняет функцию основного драйвера нейронной перестройки. Он инициирует каскад механизмов синаптической пластичности, вынуждая систему пересматривать текущие веса связей, интегрировать новую, ранее не учтенную информацию и осуществлять переход от состояния неопределенности (когнитивного вакуума) к инсайту — формированию скорректированной, более репрезентативной внутренней модели окружения. Таким образом, именно ошибка прогноза, а не успешное подтверждение гипотезы, выступает главным двигателем ассимиляции нового опыта, лежит в основе феномена «ага-переживания» (инсайта) и является фундаментальным механизмом, обеспечивающим адаптивное обучение.

В методике «Башня» фаза понимания запускается разрушением постройки на 2—3 попытках. Клиент строит башню так, как считает правильным — в соответствии со своими реальными, действующими ценностными приоритетами. Он *ожидает*, что башня будет стоять. Но она падает. Это

рассогласование тем сильнее, чем больше клиент был убеждён в правильности своей стратегии. Спортсмен, для которого спорт — «воздух», переживает разрушение башни почти как реальную травму. Женщина, переживающая утрату, может заплакать, когда из основания изымают брусок «семья». Важно, что психолог не объясняет причину разрушения на этом этапе — клиент должен *сам* столкнуться с рассогласованием.

Фаза 2: Продуктивное мышление (порождающая, фаза инсайта).

Это собственно творческий этап автокоммуникации, на котором рождается новое знание, новый способ видения ситуации, новое отношение к себе и миру. Ключевая характеристика: новое знание не приходит извне (как инструкция психолога или совет друга), оно *выращивается из внутреннего диалога*. Человек начинает генерировать гипотезы, проверять их мысленно, отбрасывать нерабочие, комбинировать — и, наконец, находит то, что «срабатывает».

Субъективно фаза продуктивного мышления переживается как:

- «ага-переживание» — внезапное, часто с телесным маркером (вдох, улыбка, расслабление плеч);
- чувство ясности, просветления;
- иногда — эйфория, радость открытия;
- желание немедленно проверить новую идею на практике (в методике — построить башню по-новому).

Физиологически эта фаза связана с активацией вентральной области покрышки и прилежащего ядра — системы вознаграждения. «Ага-переживание» подкрепляется выбросом дофамина, что обеспечивает *запоминание* нового паттерна и мотивацию к его использованию в будущем. В нейробиологии системой, обеспечивающей переживание положительной валентности и закрепление адаптивного поведения, является мезолимбический дофаминергический тракт.

В методике «Башня» фаза продуктивного мышления наступает после 2—3 разрушений. Клиент начинает задавать вопросы — не психологу, а себе (это важный маркер перехода): «Почему она всё время падает?», «Что я делаю не так?», «На чём вообще можно построить, чтобы не рухнуло?», «Может быть, эти бруски не такие уж надёжные?», «А что никто не может отнять?». Затем, возможно после подсказки (но оптимально — самостоятельно), формулирует ключевой инсайт: «Надо класть в основание то, что нельзя отнять», «Образование нельзя выбить», «Личность — это моё», «Семья — это важно, но она не должна быть единственной опорой».

Переход от первой фазы ко второй не является автоматическим. Многие клиенты «застревают» в фазе понимания: они чувствуют, что «что-то не так», переживают тревогу и растерянность, но не переходят к поиску нового решения. Это может проявляться как повторение одной и той же ошибки (строит так же, разрушается, строит так же...),

как регресс к инфантильным реакциям (обида на психолога, требования «скажите, как правильно»), как защитное избегание («давайте не будем больше разрушать, оставим так»). Задача психолога — мягко, но настойчиво удерживать клиента в процессе, не давая ему уйти в защиту, но и не форсируя инсайт раньше времени.

1.3. Условия запуска аутокоммуникации

Аутокоммуникация — это не процесс, который можно включить «по кнопке». Она запускается только при наличии определённых условий. Методика «Башня» создаёт каждое из этих условий специальным образом, и понимание этих условий необходимо для правильного применения методики.

Первое условие: пороговая (кризисная) ситуация.

Аутокоммуникация активизируется тогда, когда старые смыслы исчерпаны, а новые ещё не сформированы. Это состояние «между» — между утраченной идентичностью и ещё не обрётённой. В естественных условиях пороговая ситуация — это травма, потеря близкого человека, завершение карьеры, тяжёлая болезнь. В методике «Башня» пороговая ситуация создаётся искусственно, но психологически подлинно: башня, которую клиент строил как модель своей жизни, разрушается. Ключевое отличие от реального кризиса — безопасность: клиент знает, что это «всего лишь игра», что он не потерял ничего реального. Однако, как показывают телесные реакции (изменение дыхания, мышечное напряже-

ние, покраснение), психика реагирует так, как если бы угроза была реальной. Именно это сочетание — *подлинность переживания при безопасности ситуации* — является «золотым сечением» психокоррекции.

Второе условие: остановка автоматизма.

Автокоммуникация требует, чтобы привычное действие перестало приводить к привычному результату. Человек должен перестать быть «автоматом», действующим по накатанной схеме. Пока действие даёт ожидаемый результат, психика экономит ресурсы и не включает рефлекссию. Только когда результат не совпадает с ожиданием, возникает сигнал ошибки и запускается поиск нового решения.

В методике «Башня» автоматизм заключается в привычном способе выбора ценностей для фундамента. Клиент, не задумываясь, кладёт в основание те ценности, которые в его реальной жизни являются главными. Он *автоматически* ожидает, что башня будет стоять. Разрушение разрушает этот автоматизм. Особенно эффективно повторное разрушение: первое может быть списано на случайность, второе и третье уже заставляют задуматься о закономерности.

Третье условие: безопасное пространство для переживания.

Если пороговая ситуация слишком опасна (реальная угроза жизни, необратимая потеря), психика включает защитные механизмы — отрицание, диссоциацию, регресс — которые блокируют автокоммуникацию. Человек не может думать о

новом, когда он борется за выживание. Поэтому для запуска автокоммуникации необходимо, чтобы клиент чувствовал: кризис не уничтожит его целиком, у него есть время и ресурс для поиска.

В методике «Башня» безопасное пространство создаётся тремя способами. *Первый* — игровая форма: «это всего лишь башня из брусков, мы можем построить её заново». *Второй* — присутствие психолога, который не угрожает, не наказывает, не оценивает, а наблюдает и поддерживает. *Третий* — физическая среда: уютный кабинет, удобный стол, отсутствие отвлекающих и пугающих стимулов.

Четвёртое условие (дополнительное, вытекающее из первых трёх): достаточное, но не чрезмерное повторение.

Автокоммуникация не запускается с первого предъявления рассогласования — психике нужно время, чтобы «осознать», что это не случайность. Исследования показывают, что для большинства людей оптимальное количество повторений — от 2 до 4. Меньше — объясняется случайностью, больше — может вызвать выученную беспомощность («всё равно не получается, зачем пробовать»). В методике «Башня» эмпирически отработано 3 разрушения перед подсказкой — это создаёт достаточно напряжения, чтобы клиент *захотел* искать новое решение, но не настолько много, чтобы он сдался.

1.4. Почему автокоммуникация эффективнее внеш-

ней инструкции

Этот вопрос имеет не только теоретическое, но и прямое практическое значение. Многие начинающие психологи, поняв логику методики, испытывают искушение: «Зачем ждать, пока клиент сам догадается? Я скажу ему прямо. *строй на том, что нельзя отнять* — и сэкономлю время». Такое искушение понятно, но оно ведёт к потере психокоррекционного эффекта. Почему?

Прямое указание психолога — «вам нужно опираться на внутренние ценности, а не на спорт» — редко работает в кризисе по нескольким причинам.

Во-первых, оно встречает **когнитивное сопротивление**. Клиент может возразить: «Вы не понимаете, для меня спорт — это вся жизнь». Или, если клиент воспитан и не спорит, он может формально согласиться («да, да, я понимаю»), но внутренне остаться при своём. Формальное согласие без внутреннего присвоения — это не результат, а его имитация.

Во-вторых, внешняя инструкция не затрагивает **аффективный уровень**. Знание «спорт — это не главное» остаётся в голове, но не доходит до сердца и тела. Когда наступит реальный кризис, клиент будет действовать не по этому знанию, а по старым, аффективно заряженным паттернам. Хорошо известно различие между *эксплицитным* (декларируемым) и *имплицитным* (реально действующим) знанием. Внешняя инструкция формирует эксплицитное знание, которое легко забывается или игнорируется. Автокоммуника-

ция формирует имплицитное знание, встроенное в системы действия.

В-третьих, внешняя инструкция может быть воспринята как **критика**. Клиент может услышать: «То, как ты живёшь, — неправильно». Это вызывает защитную реакцию — от оправдания («но у меня нет другого образования!») до контробвинения («вы не имеете права меня судить»). Автокоммуникация этих проблем избегает, потому что вывод делает *сам клиент*.

Автокоммуникация даёт принципиально иной результат: клиент переживает инсайт как *собственное открытие*. Типичные высказывания после успешного проведения методики иллюстрируют это: «Так гораздо устойчивее», «Теперь я понимаю, что спорт — это *часть* жизни, а не *вся* жизнь», «Я строил свою жизнь не на том фундаменте», «Понял, что нельзя базировать жизнь только на одном», «Раньше я этого не осознавал, но теперь вижу».

Феноменология собственного открытия включает несколько компонентов:

— **Внезапность** — инсайт приходит не как результат логического вывода, а как вспышка, озарение.

— **Телесный маркер** — часто вздох, улыбка, расслабление плеч, изменение позы.

— **Эмоциональная окраска** — радость, облегчение, иногда удивление («как я раньше этого не видел?»).

— **Действенность** — желание немедленно проверить

новое знание на практике (построить башню по-новому).

С нейropsихологической точки зрения, собственное открытие активирует систему вознаграждения мозга (выработку дофамина) и *консолидирует* новую нейронную связь. Внешняя инструкция, даже если она логически верна, такой активации не даёт. Именно поэтому знание, добытое самостоятельно, оказывается более устойчивым к забыванию и к воздействию контрпримеров.

1.5. Вербальные и невербальные маркеры запуска автокоммуникации

Для практикующего психолога важно уметь *распознавать* момент запуска автокоммуникации и переход между её фазами. Ниже приведена система маркеров, которые можно наблюдать в процессе методики.

Маркеры фазы понимания (клиент столкнулся с рассогласованием, но ещё не нашёл решения):

Канал	Маркер
Вербальный	Вопросы, обращённые к психологу: «Почему упало?», «Что я сделал не так?», «Может, я неправильно понял инструкцию?»
Вербальный	Констатация затруднения: «У меня ничего не получается», «Опять рухнуло»
Интонационный	Повышенная громкость, вопросительная интонация, паузы между словами
Мимический	Нахмуренный лоб, сдвинутые брови, напряжённые губы
Телесный	Замирание после разрушения, руки «зависают» над башней, учащённое дыхание
Эмоциональный	Тревога, растерянность, досада, иногда гнев

Маркеры перехода к фазе продуктивного мышления (клиент начинает искать решение самостоятельно):

Канал	Маркер
Вербальный	Вопросы, обращённые к себе: «Интересно, а если попробовать...», «Может, там что-то другое?», «Ну-ка, подумаем...»
Вербальный	Генерация гипотез: «А что, если положить сюда?», «Может, эти бруски ненадёжные?»
Интонационный	Интонация размышления (мелодичный подъём в конце фразы), замедление темпа
Мимический	Расслабление лба, взгляд в сторону (характерная поза размышления), прикусывание губы
Телесный	Руки не просто кладут бруски, а «примеряют» — держат над разными местами, колеблются
Эмоциональный	Снижение тревоги, появление любопытства, иногда улыбка при удачной догадке

Маркеры инсайта (новое знание найдено):

Канал	Маркер
Вербальный	Формулировка обобщённого принципа: «Надо строить на том, что нельзя отнять», «Образование — это моё»
Вербальный	Изменение местоимений: вместо «вы ломаете» → «я строю неустойчиво»
Интонационный	Уверенная, спокойная интонация, иногда — восклицание («Ага!», «Вот!»)
Мимический	Улыбка, расслабление мышц лица, расширение зрачков
Телесный	Вздых облегчения, расслабление плечевого пояса, выпрямление спины
Эмоциональный	Радость, облегчение, удивление («как я раньше не догадался?»)

Психологу необходимо тренировать внимание к этим маркерам, чтобы вовремя заметить переход и скорректировать своё поведение (например, не давать подсказку, если клиент уже в фазе продуктивного мышления, или, напротив, дать подсказку, если клиент застрял в фазе понимания на третьем разрушении).

2. Пластичность образа мира как мишень психокоррекции

2.1. Понятие образа мира в отечественной психологии

Понятие **образа мира** — одно из фундаментальных в отечественной психологии. Оно введено А. Н. Леонтьевым в 1970-х годах и развито в работах его учеников и последователей — С. Д. Смирнова, В. В. Петухова, Е. В. Костюченко. Образ мира — это не сумма знаний о мире и не фотография реальности. Это *целостная, многоуровневая система значений и смыслов, которая организует восприятие, мышление, память и поведение человека*. Образ мира — это своего рода «априорная схема реальности» (в кантовском смысле), призма, через которую человек смотрит на мир и себя в нём.

Чтобы понять специфику этого понятия, полезно сравнить его с более привычными «картиной мира» или «мировоззрением». Картина мира — это преимущественно когнитивное образование: совокупность знаний о том, как устроен мир. Мировоззрение — система взглядов, убеждений, идеологических установок. Образ мира — нечто более фундаментальное. Он включает *не только знание, но и значение (объективное содержание) и личностный смысл (отношение)*. Он присутствует даже там, где нет рефлексии. Воспринимая знакомое лицо, мы не «вычисляем», кто это, — образ

мира уже содержит схему этого лица. Профессионал смотрит на ситуацию иначе, чем новичок, — потому что у него другой образ мира.

Ключевые свойства образа мира:

— **Целостность.** Отдельные элементы образа мира — знания, ценности, ожидания, убеждения — связаны в единую систему. Нельзя изменить один элемент, не затронув другие. Это свойство объясняет, почему ценностные изменения так трудны: они требуют перестройки всей системы, а не замены одного «винтика». Спортсмен, который говорит «спорт — это вся моя жизнь», не просто переоценивает значение спорта — его образ мира *организован вокруг спорта как ядерной структуры*. Убрать эту структуру без перестройки всей системы означает разрушить образ мира целиком, что переживается как катастрофа.

— **Иерархичность.** В образе мира есть центральные, ядерные структуры и периферические. Ядерные структуры: меняются медленно, через глубокий кризис; включают базовые ценности, представления о себе, фундаментальные убеждения о мире («мир справедлив/несправедлив», «людям можно/нельзя доверять», «моя ценность как личности в том-то и том-то»); имеют высокий эмоциональный заряд. Периферические структуры: меняются легко, в процессе обычного научения; включают конкретные знания, оценки ситуаций, сиюминутные предпочтения; эмоционально нейтральны или слабо заряжены.

— **Динамичность (пластичность).** Образ мира — не застывшая структура. Он может меняться, но с разной скоростью и в разных своих частях. Ядро устойчиво, периферия пластична. Задача психокоррекции в кризисной ситуации — не «сломать» ядро (это опасно и может привести к дезорганизации личности), а сделать его *более пластичным*, способным включать новый опыт без тотального разрушения.

2.2. Пластичность как условие адаптации и развития

Пластичность образа мира — это способность системы перестраиваться, видоизменяться, дополняться и замещать одни элементы другими под воздействием нового опыта, особенно опыта, противоречащего прежним ожиданиям.

Пластичность является *условием* адаптации и развития личности, а её отсутствие (ригидность) — фактором дезадаптации и психопатологии. Рассмотрим подробнее, что даёт человеку пластичный образ мира.

Интеграция травматического опыта без разрушения личности. Когда происходит травма, в образ мира вторгается элемент, который не вписывается в существующие схемы («как могло это случиться со мной?», «мир несправедлив», «я не могу контролировать свою жизнь»). Ригидный образ мира либо отторгает этот элемент (отрицание травмы), либо разрушается под его напором (посттравматическое стрессовое расстройство с фрагментацией идентичности). Пластичный образ мира способен «встро-

ить» травматический опыт, изменив некоторые свои структуры, но сохранив целостность. Травма становится частью истории, а не уничтожает личность.

Нахождение новых опор после утрат. Утрата близкого человека — это не просто эмоциональная боль, это крах тех структур образа мира, которые были связаны с этим человеком («я — чей-то муж/жена/друг», «моё будущее включает этого человека», «мир имеет смысл, потому что есть этот человек»). Ригидный образ мира не может перестроиться — и горе застывает, становится хроническим. Пластичный образ мира постепенно интегрирует утрату: человек остаётся личностью, меняются, но не исчезают смыслы.

Пересмотр устаревших убеждений. Все мы имеем убеждения, сформированные в прошлом опыте. Некоторые из них перестают соответствовать реальности, но продолжают управлять поведением. Ригидный образ мира цепляется за эти убеждения («я всегда верил в это и буду верить»), даже если они ведут к повторяющимся ошибкам. Пластичный образ мира способен на *обновление*: старое убеждение заменяется новым, более адекватным.

Обучение на ошибках. Ошибка — это рассогласование между ожиданием и результатом. Ригидный образ мира реагирует на ошибку защитой: отрицанием («это не ошибка, просто обстоятельства»), проекцией («это они виноваты»), рационализацией («я так и хотел»). Пластичный образ мира реагирует на ошибку как на *обратную связь*: «это не срабо-

тало — надо попробовать по-другому».

Ригидность как проблема. Ригидный, непластичный образ мира — это система, которая сопротивляется изменениям даже тогда, когда они необходимы для выживания и психического здоровья. Причины ригидности могут быть разными: генетическая предрасположенность, воспитание в условиях жёстких правил, травматический опыт, который зафиксировал один «безопасный» паттерн.

Ригидность приводит к:

— **Повторяющимся ошибкам.** Человек «наступает на одни и те же грабли», потому что не может пересмотреть свою схему действия, даже когда она десятки раз доказывала свою неэффективность.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.