



ПЕЙЗАЖ ДУШИ. ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ЖИВОПИСИ

ПЕТРЕНКО В. Ф., факультет психологии МГУ им. М. В. Ломоносова
КОРОТЧЕНКО Е. А., Психологический институт РАО

Методами психосемантики проведено исследование категориальной структуры восприятия пейзажей, которые рассматриваются как проекции эмоциональных состояний художника. В качестве стимульного материала использовались произведения выдающихся русских живописцев. В первой серии эксперимента испытуемым предлагалось сравнить друг с другом по семибальной шкале каждый из ста пейзажей по тому настроению, которое он вызывает. Во второй серии сравнивались не картины, а словесные описания настроений, вызываемые пейзажами. В результате обработки данных выделены факторные структуры и найдены нагрузки шкал по факторам. Для каждой индивидуальной матрицы построены семантические пространства. Показано, что семантические пространства пейзажей и их вербальных описаний отличаются размерностью (количеством факторов, содержанием и униполярностью/биполярностью выделенных факторов). Большинство «невербальных» факторов униполярны. Вербальные семантические пространства имеют большую размерность, чем невербальные, и, как правило, биполярны. Полученные результаты указывают на то, что естественный язык описания эмоциональных состояний человека обладает большей дифференцированностью, чем язык образов. Последний выражает целостное переживание и благодаря этому оказывает более сильное эмоциональное воздействие.

Ключевые слова: психология искусства, психосемантика, категориальная структура восприятия, эмоциональное состояние художника, семантическое пространство.

Пейзаж как вид живописи выступает своеобразным проективным тестом, проецирующим личность художника и его доминирующие психические состояния. Как говорят искусствоведы о предмете своего исследования, «это пейзаж души художника». Поэтому хотя принято говорить о восприятии живописи, объектом изучения в нашем исследовании выступает сложный конгломерат духовных исканий, осмысления бытия и поиска адекватного символа для его выражения художником и прочтения этого послания, восприятие и понимание его зрителем.

Психологический анализ живописи (Р. Архейм, 1974; Дж. Брунер, 1977; Ю. Лотман, 1978) – одна из наименее разработанных областей психологии искусства, которая, в свою очередь, только нащупывает предмет и методы собственного анализа. Художественный образ опосредован сознанием как художника, так и зрителя, и в своей образной эмоциональности, включающей личностные смыслы, пронизан сетью ассоциативных связей (как сугубо индивидуальных, так и архетипических), скрытых визуальных цитат (посредством которых он соотносится с другими произведениями), и существует только как «текст в тексте», или, применительно к нашему случаю восприятия живописи, – как «образный текст в контексте культуры». В одной из наших ранних работ (Петренко, 1975) нами давалась трактовка «образа как перцептивного высказывания о мире», позволяющая рассматривать образ как своеобразный текст и использовать методы лингвистики и психосемантики применительно к анализу сложных визуальных объектов и изображений.



Произведение искусства имеет коммуникативную природу и направлено как на зрителя, так и на самого художника, позволяя ему лучше отразить образными средствами свое мироощущение (как, например, в жанре пейзажа), осознать самого себя (как в жанре автопортрета). Общение автора и зрителя происходит через произведение, основным в котором является так называемый «язык искусства» – особая система знаков, посредством которой происходит, согласно М. Бахтину (1979), диалог между автором и слушателем, зрителем, читателем.

Одна из особенностей искусства – это способность вызывать эмоции, порождать и трансформировать личностные смыслы. Пейзаж как особый жанр, выражение духовных смыслов и эмоциональных настроений художника через состояния природы, использование образов природы как архетипических символов бытия – один из интереснейших объектов изучения языка визуальной культуры.

Красота, эстетика, гармония между частями целого в живописном произведении – это важное условие для возникновения у зрителя эстетических переживаний, это то, что должно быть в произведении, и это то, что может отличать его от «не-искусства». Человек в своем искусстве, как полагал выдающийся русский философ Владимир Соловьев, «предваряет» совершенную красоту. По мнению Соловьева, это происходит, когда художник воспроизводит «вечный смысл жизни, скрытый в частных и случайных явлениях природного и человеческого мира... лишь смутно и недостаточно выраженный» в «сосредоточенном»; пейзажная живопись «воспроизводит в сосредоточенном виде идеальную сторону сложных явлений внешней природы, очищая их от всех материальных случайностей...» (Соловьев, 2001. С. 80). В пейзаже легче, чем в других жанрах, достичь такой гармоничной красоты, ответом на которую будут эстетические переживания зрителя. Пейзаж как жанр живописи наилучшим образом отражает настроение, выражаемое автором, поскольку в нем меньше сюжетных деталей, нагруженных смыслом.

В так называемом «пейзаже настроения» находят свое отражение тоска, грусть, безнадежность или тихая радость. Мастера романтического, лирического пейзажа, пейзажа настроения – это Левитан, Саврасов, Айвазовский и др. В анализах и описаниях творчества живописцев часто можно встретить формулировку «левитановский пейзаж настроения» или «саврасовский лиризм». Под этими словами подразумеваются не столько особенности манеры письма, сколько богатство особенных переживаний, запечатленных на картинах.

На создание произведения влияет мировоззрение автора, особенности его личности и мышления, а восприятие произведения опосредовано личностью зрителя. Создавая произведение, автор своеобразно пишет свой портрет, выражая себя в творчестве. Картина – это текст, написанный автором от руки, стиль и манера которого составляют форму произведения, которая может влиять на восприятие картины.

Опыт многих авторов, описанный в художественной литературе и дневниках (например, в произведениях А. П. Чехова, Н. В. Гоголя, Р. Рильке), показывает, что существуют трудности в описании впечатлений от живописи. Слова и понятия не позволяют передать то, что выражено в картине: поэт Рильке, вспоминая образ одной из картин Сезанна, говорил: «В моих чувствах память об этой картине не покидает меня даже во сне; кровь моя описывает



во мне ее контур, но все слова проходят где-то стороной, и я не могу их вызвать» (Рильке, 1971. С. 236). В связи с этим при исследовании эмоционально-чувственного компонента восприятия произведений живописи возникает проблема выбора адекватных методов получения, обработки и интерпретации таких данных:

- каким образом зафиксировать переживания зрителя,
- какова категориальная структура восприятия произведения;
- на что ориентируется зритель, описывая свои впечатления от картины (на содержание, манеру письма, на цвет произведения).

Нашим предположением является то, что образный, «мягкий», в терминах В. В. Налимова (2003), язык живописи имеет иную структуру, нежели словесный, и содержит категории, которые сложно приравнять к категориям вербального языка. И это, вероятно, является причиной трудности описания эстетических впечатлений.

Говоря о психологии искусства и о языке образов, мы сталкиваемся с проблемой творец–произведение–зритель. В нее входит и изучение личности творца, решающего для себя (а попутно и для зрителя) проблемы смысла бытия, и изучение структуры и содержания самого произведения искусства и, наконец, понимание, «прочтение» произведения искусства его «потребителем» – зрителем, читателем, слушателем. В отечественной психологии область художественного восприятия сравнительно недавно стала предметом исследования (В. М. Аллахвердов, 2001; В. А. Барабанщиков, 2002; В. Г. Грязева–Добшинская, 2002; В. П. Зинченко, 2005, 2006; В. В. Знаков, 2000, 2003; Д. А. Леонтьев, 1998, 1999; В. Ф. Петренко, 1997, 2005). Как правило, исследования в области психологии искусства идут в русле изучения процессов создания и восприятия произведений, особенностей, объективированных в их структуре приемов и средств воздействия на реципиента (Леонтьев Д. А., 1998). Другим направлением психологии искусства является изучение личности творца, как правило, в рамках психоанализа и биографического метода. Наконец, третьим звеном в триаде творец–произведение–зритель (читатель, слушатель) являются сами адресаты – реципиенты произведения искусства. И эстетическое переживание искусства зрителями, их понимание системы художественных конструктов (Петренко, Сапсолова, 2007), заложенных в произведение его творцом, зависит от уровня духовного, художественного развития зрителя, от его мировосприятия и мироощущения, от того насколько данное произведение искусства резонансно его психическому, эмоциональному состоянию.

Специфика психосемантического подхода в области восприятия произведения искусства заключается в том, что исследователь обращается к произведению искусства через посредника-реципиента, ставит задачу увидеть, услышать, понять и пережить произведение с позиции зрителя, читателя, слушателя, описать произведение в его превращенной форме – форме события, опыта духовной жизни другого человека. Реконструкция субъективного инобытия произведения искусства осуществляется через построение субъективных семантических пространств, являющихся операциональной моделью сознания (в нашем случае) зрителя (Петренко, 2005).

Пейзаж в качестве объекта нашего изучения был выбран, поскольку он минимизирует сюжет (в отличие от академической или портретной живописи) и, соответственно, роль



вербального опосредствования. В наших работах (Петренко, Нистратов, Хайруллаева, 1987; Петренко, 1997, 2005) уже проводилось сопоставление категориальной структуры вербального и образного языка на материале абстрактной живописи, где было показано как наличие устойчивой категориальной сетки «языка восприятия», так и близость (вернее, сходимость) категориальных структур вербального и образного языка на глубинном (коннотативном) уровне семантики. При реализации замысла и при порождении текста или образа осуществляется процесс развертки исходного содержания, заданного коннотативными значениями, и последовательный переход от коннотативного к более предметным уровням категоризации. При этом происходит обогащение исходного содержания на каждом из уровней порождения. Пути актуал-генеза образа и текста, имеющих единый корень эмоционально-образного переживания на глубинном коннотативном уровне, расходятся, и мы имеем два изоморфных, но чувственно и семантически разных продукта мировосприятия. В настоящем исследовании мы и ставили задачу выявить различие и специфику категоризации непосредственного восприятия и переживания сложного визуального эстетического объекта (пейзажа) и вербального описания эмоционального состояния, порождаемого им у зрителя.

Авторами было проведено **исследование категориальной структуры восприятия пейзажей методами психосемантики**.

Материал исследования. В работе использовались произведения выдающихся русских живописцев А. Иванова, А. Куинджи, А. Саврасова, А. Васнецова, В. Поленова, И. Шишкина, И. Айвазовского, И. Левитана и др. Всего объектами исследования было 100 пейзажей. В задачу исследования входило определение базисных категорий восприятия пейзажей. Пейзаж рассматривался нами как проекция эмоционального состояния художника, как «пейзаж его души».

Для упрощения формулировок автор работы вводит рабочее понятие «настроение», выраженное в пейзаже, или «настроение пейзажа». Под ним понимается комплекс переживаний, возникающих у реципиента в процессе восприятия пейзажа.

Испытуемые: 4 человека – 2 мужчины и 2 женщины в возрасте 21–26 лет, увлекающиеся художественным творчеством. Они с интересом отнеслись к заданиям экспериментатора, хотя процедура эксперимента очень длительная и требующая внимательности: два этапа занимали у респондента до 60 часов.

Задачи: 1) Выделение базисных категорий восприятия пейзажей и описание коннотативных значений отдельных пейзажей (реконструкция личностных смыслов пейзажей); 2) Сопоставление визуальной и вербальной семантики восприятия пейзажей.

Методом исследования, проводимого в рамках психосемантического подхода (см.: Петренко, 2005), было субъективное шкалирование как самих пейзажей, так и их словесных описаний (вербальных ярлыков).

Основное предположение заключалось в том, что использование двух стратегий (двух процедур) сопоставления пейзажей по сходству эмоциональных состояний: непосредственное сопоставление пейзаж–пейзаж, минуя вербализацию и сопоставление вербальных описаний эмоциональных состояний, вызванных пейзажами, позволит (при формализованном анализе) выявить специфику и содержательные различия вербальной и



образной форм категоризации, а также даст основания для выдвижения предположений о структуре и особенностях «языка» живописи.

Процедура. Респонденту предлагалось сравнивать по семибалльной градуальной шкале каждый из 100 пейзажей с каждым по тому настроению (или психическому состоянию), которое он вызывает у респондента. Во второй серии респондент сравнивал уже не картины, а данные им словесные описания настроений, вызываемых этими пейзажами. При сравнении пейзажей и их вербальных «ярлыков» для каждого респондента были получены индивидуальные матрицы сходства 100 x 100, которые затем подвергались процедуре факторного анализа.

Результаты. В результате обработки данных были выделены факторные структуры, найдены нагрузки шкал по факторам. Всего выделено 9 факторов для каждой индивидуальной матрицы сравнения настроений пейзажей и до 13 факторов для матриц сравнения вербальных «ярлыков». Для каждой матрицы были построены семантические пространства.

Приведем *пример* анализа субъективного семантического пространства одной из испытуемых.

Первый респондент – 21 год, студентка факультета психологии, имеет художественные способности и навыки рисования. В детстве недолго обучалась в художественной школе, которую не закончила, но по-прежнему увлекается живописью и продолжает рисовать в свободное время.

В результате обработки матрицы сходства пейзажей этого респондента было выделено 9 факторов.

Анализ содержания факторов невербального семантического пространства респондента позволил выделить следующие конструкторы: «умиротворение, уединение, стабильность»; «борьба, сопротивление, преодоление»; «мистичность, загадочность»; «бодрость, настроение работать»; «романтическое спокойствие и единение с природой, лень, грузность»; «усталость, обыденность, суета»; «легкость, обволакивающая нежность, свежесть»; «угнетение, усталость»; «уединение в безграничном просторе». Рассмотрим подробно выделенные факторы.

В *первый фактор* (10,8 % общей дисперсии) вошли пейзажи, изображающие природу преимущественно летом. Деревья на пейзажах густо покрыты листвой, есть спокойная вода – как правило, озеро. Общее настроение группы пейзажей – умиротворение, единение с природой. Картины, вошедшие в фактор, выполнены в зелено-золотистой цветовой гамме, однородны по предметному содержанию. Картины, имеющие высокие факторные нагрузки в факторе, представлены на рис. 1. Содержание этого фактора можно раскрыть через вербальные ярлыки к этим пейзажам, данные респондентом: «легкость», «простор», «умиротворение», «спокойное уединение», «удовлетворенность», «стабильность». Вербальные ярлыки очень однородны, и картины сходны по цветовой гамме и предметному содержанию, они характеризуются малым количеством деталей. Испытуемая отметила, что «зеленые просторы, леса, поля кажутся необъятными и умиротворенно-спокойными. Зеленый цвет очень спокойный, стабильный ... поэтому и настроение такое». Этот фактор может отражать индивидуальное отношение к спокойной природе, атрибутами которой являются тишина, возможно, легкий свежий ветерок, небо с белыми кучевыми облаками.



Рис. 1. Пейзажи, вошедшие в первый фактор с наибольшим весом

Данный фактор, как и другие, у этого респондента является униполярным, т. е. не имеет противоположного полюса. Однако его можно противопоставить одному из полюсов вербального фактора «активность», который выражен шкалами «активный», «быстрый», «беспокойный» и др.

Второй фактор (9,1 % общей дисперсии) составляют картины с изображением волнуемого моря и корабля на волнах. Общее настроение этой группы картин – настроение сопротивления, борьбы со стихией, преодоления – «некоторая направленная активность». Картины, имеющие меньший вес в факторе, предметное содержание имеют, как и другие, но их «настроение» несет оттенок бессилия или отчаяния победить в этой борьбе со стихией. Заметна тенденция к уменьшению веса переменной с нарастанием субъективной напряженности сюжета. Настроение, зафиксированное в вербальных «ярлыках» картин этого фактора, – это «страх», «борьба со стихией», «отчаяние», «безысходность», «стремление достичь», «отчаянное противостояние». Картины, имеющие высокие факторные нагрузки, представлены на рис. 2.

Итак, этот фактор объединил произведения, в которых есть динамика, борьба или стремление. Динамичность картин этого фактора можно также соотнести с одним из полюсов классического фактора «активность», однако вербальные «ярлыки» отражают не



Рис. 2. Пейзажи, вошедшие во второй фактор с наибольшим весом

только динамику сюжета, но и сильные переживания, связанные с преодолением человеком водной стихии. Наиболее нагруженные пейзажи в этом факторе принадлежат двум авторам: И. Айвазовскому и Р. Судковскому. Судковского часто называют преемником и продолжателем традиций Айвазовского. И объединение в один фактор их произведений возможно потому, что респондент проникся общей атмосферой этих произведений, не зная о преемственности творчества названных авторов.

Третий фактор (7,6 % общей дисперсии) собрал картины, на которых природа изображена в несколько необычном «состоянии» для зрителя, не привычном с точки зрения обыденного восприятия. Это или закат, или сумерки, или темная ночь. Цветовая гамма картин отличается, но все они объединены субъективными признаками «мистичность», «необычность», «загадочность». Предметное содержание картин: тихая вода, слабый источник света (луна, например), горы. В этот фактор в основном входят произведения А. Куинджи. Вербальные «ярлыки» к этим пейзажам говорят о мистичности и загадочности данных произведений. Картины этого фактора отличаются непривычными красками и выражают настроение мистичности, романтичности и загадочности для респондента: «В этих картинах есть что-то необычное, странное, непонятное, какая-то загадочность или мистичность». Картины фактора представлены на рис. 3.

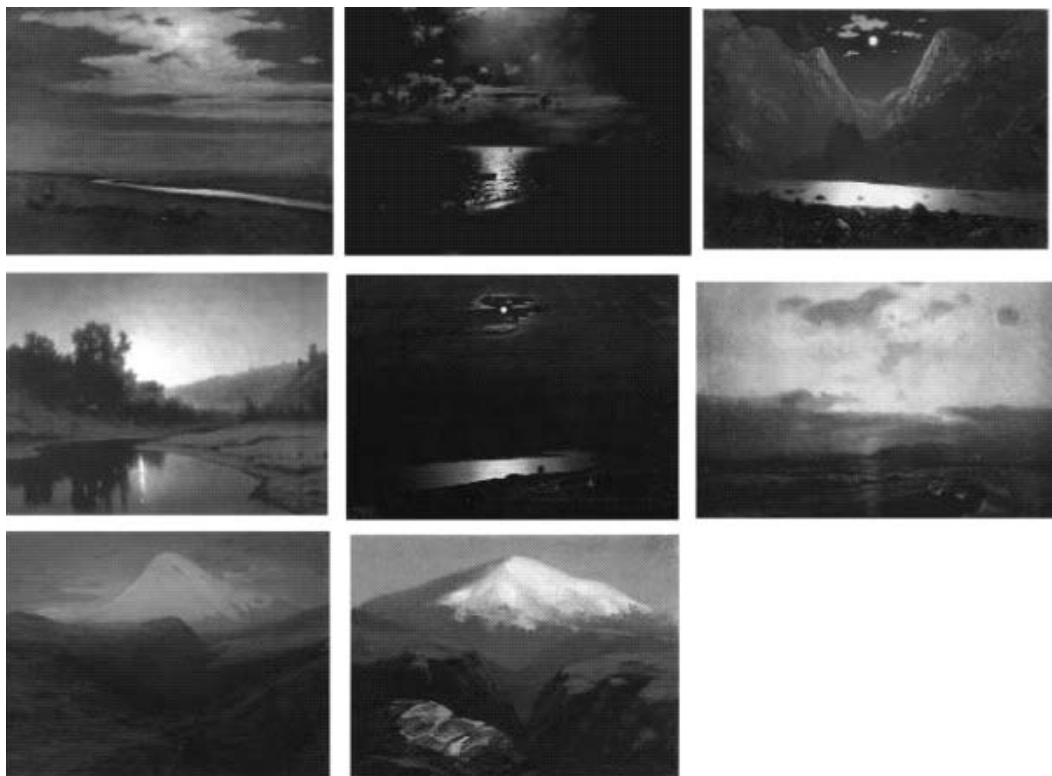


Рис. 3. Пейзажи, вошедшие в третий фактор с наибольшим весом

Четвертый фактор (5,6 % от общей дисперсии) включает произведения, на которых изображены мелкие фигуры людей в легкой суете или занятых своими мыслями. На каждой картине действие происходит около воды (реки или моря). Картины контрастны и содержат самое большое количество деталей по сравнению с другими. Общее настроение: будничное, настроение рабочего дня, легкая суета. Этой группе картин соответствовали вербальные ярлыки: «ощущение покоя и настроение работать», «чинное спокойствие в будний день», «бодрая утренняя суета», «бодрость». Большинство пейзажей этого фактора принадлежат руке А. Боголюбова. Отличие этого фактора в том, что он объединил картины, изображающие человека или продукт его деятельности – корабли, строения. В этом факторе нам представлена не «чистая» природа, а преобразованная человеком. Объединяет картины и композиционные решения, например, линейная перспектива, а также высота горизонта. Картины, составившие фактор, представлены на рис. 4.

Пятый фактор имеет 5,6 % общей дисперсии. Все картины, вошедшие в этот фактор, выполнены в теплых тонах. На каждой из них изображена тихая вода с парусниками или лодками, небо с легкими облаками, неяркое освещение. Общее настроение этой группы картин – спокойствие и единение с природой, романтическое уединение, спокойствие, безмолвие. Вербальные «ярлыки» к этим картинам в целом описывают спокойное



Рис 4. Пейзажи, вошедшие в четвертый фактор с наибольшим весом

состояние: «спокойствие и единение с природой», «романтическое настроение», «ощущение силы и мистичности», «спокойствие безмолвия, лень, грузность», «ожидание», «легкое напряжение». Картины, составившие фактор, представлены на рис. 5. Хотя вербальные ярлыки этих картин отличаются по смыслу, картины этого фактора имеют много общего в цветовой гамме и композиции. Они «теплые» и гармоничные.

Шестой фактор (5,3 % общей дисперсии) объединил пейзажи с изображением деревьев или леса, выполненные в темных тонах (рис. 6). Общее настроение этих картин: усталость и обыденность, осторожность, суетность. Вербальные «ярлыки» описывают отличающиеся настроения («усталость, обыденность», «осторожность и спокойствие», «ощущение монументальности, величия окружающей природы», «настороженный поиск», «легкое ощущение мистичности, волнения», «суета, ощущение новизны, интерес»). Предметно картины, объединенные в один фактор,

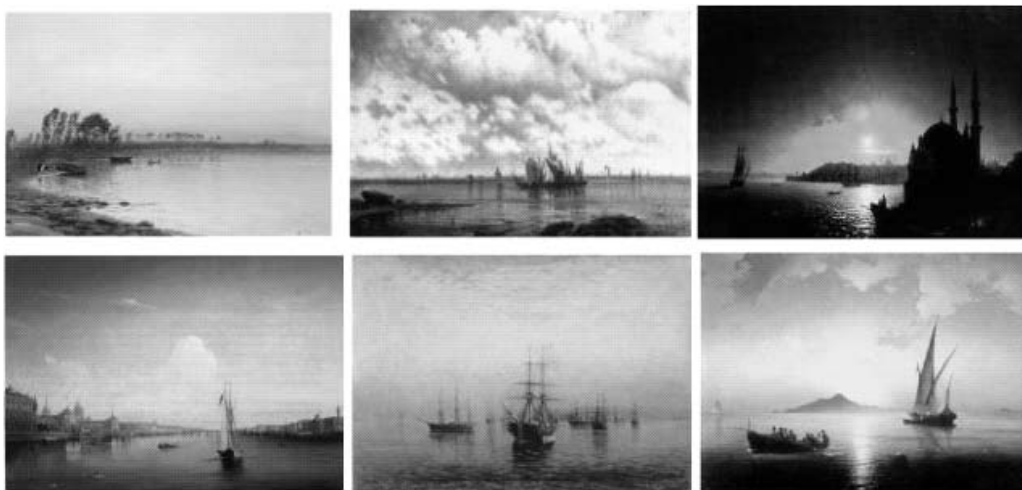


Рис. 5. Пейзажи, вошедшие в пятый фактор с наибольшим весом

также отличаются, но их объединяет более детальное изображение деревьев, чем на других пейзажах, и наличие перемежающихся светлых и темных пятен. У этой группы пейзажей в композиции отчетливо наличие вертикальных линий, незавершенность, которая рождает динамику и возможность логического продолжения сюжета, но сложно однозначно утверждать однородность их композиционного построения. Однако, как было уже отмечено, настроения, приписанные этим произведениям, различны. Это может означать наличие скрытого основания категоризации, не выраженного вербальным «ярлыком».



Рис. 6. Пейзажи, вошедшие в шестой фактор с наибольшим весом



Седьмой фактор (5,0 % общей дисперсии) составляют картины, изображающие море, облака. Они светлые и неяркие. Их настроение – легкость, обволакивающая нежность, свежесть. В фактор вошли картины со следующими вербальными «ярлыками»: «обволакивающая нежность», «смесь грусти, уныния и бездействия», «свежесть», «расслабленное умиротворение, ощущение комфорта».

Фактор содержит очень светлые, легкие картины. Основной их цвет – светло-голубой, предметно они наименее нагружены, чем другие пейзажи, использованные в исследовании. Эти картины не нагружены мелкими деталями и не контрастны. Важно то, что все картины в этом факторе принадлежат руке А. Куинджи, и при том, что вербальные «ярлыки» имеют разное содержание, картины объединены в один фактор. Пейзажи, составившие его, представлены на рис. 7.



Рис. 7. Пейзажи, вошедшие в седьмой фактор с наибольшим весом

Восьмой фактор (3,0 % общей дисперсии) сложно интерпретировать. Он объединил картины, которые, согласно вербальному «ярлыку», по настроению связаны. Они субъективно отражают одно настроение, но предметно и по цветовой гамме отличаются. Одна из них светлая, даже бледная; другая – темная, но и одна и другая неяркие, неконтрастные. Эти произведения представлены на рис. 8. Вербальные «ярлыки» к этим картинам: «легкое ощущение угнетенности, усталости», «усталость».

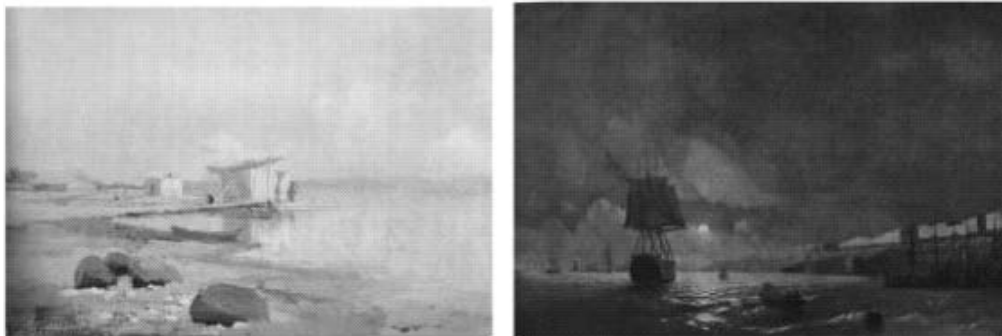


Рис. 8. Пейзажи, вошедшие в восьмой фактор с наибольшим весом

Этот фактор слабый, но субъективно неконтрастные картины выражают усталость. Усталость сложно назвать настроением, это, скорее, ощущение. Согласно толковому словарю русского языка, усталость – это чувство утомления. Утомление, в свою очередь, связано со снижением функций внимания. Эти картины неконтрастны, и можно предположить, что поэтому внимание не задерживается на ключевых элементах композиции, и это может интерпретироваться как чувство утомления или усталость.

В девятый фактор (2,8 % общей дисперсии) вошли предметно похожие картины К. Крыжицкого: на них изображено море с волнами. Настроение этих картин: ощущение простора, бескрайности и уединения (вербальные «ярлыки»: «ощущение безграничности простора», «бескрайний простор, ощущение уединения»). Картины очень похожи по всем параметрам: по цветовой гамме, композиции, предметному сочетанию, они принадлежат одному автору. Картины, составившие девятый фактор, представлены на рис. 9.

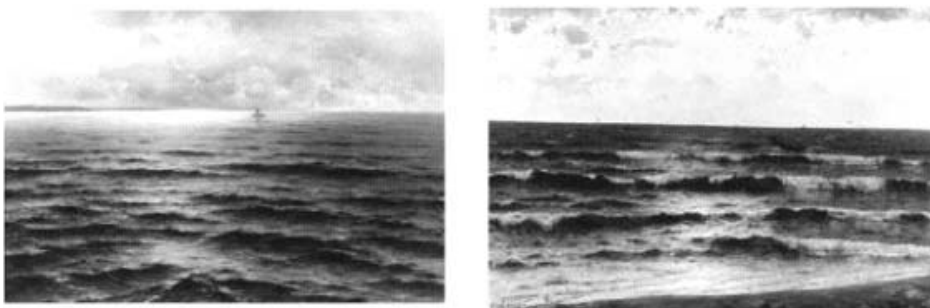


Рис. 9. Пейзажи, вошедшие в девятый фактор с наибольшим весом

В результате обработки матрицы сходства вербальных «ярлыков» пейзажей этого респондента было выделено 13 факторов, отличия которых от вербальных будут отмечены в ходе обсуждения.



Обсуждение

Сопоставление невербальных и вербальных семантических пространств пейзажей четырех респондентов показало, что семантические пространства пейзажей и вербальные семантические пространства отличаются своей размерностью (количеством выделенных факторов – координатных осей пространства) и содержанием факторов (табл. 1). Невербальные семантические пространства имеют меньшее количество факторов, которые по содержанию соотносимы, но отличаются от «вербальных» факторов.

Таблица 1. Количество факторов в семантических пространствах

Респонденты	Вербальное семантическое пространство		Семантическое пространство пейзажей	
	Общее количество выделенных факторов (критерий Кайзера)	Количество факторов, значимых по критерию Хэмфри *	Общее количество выделенных факторов (критерий Кайзера)	Количество факторов, значимых по критерию Хэмфри
Первый	13	12	9	9
Второй	13	13	9	9
Третий	12	10	9	9
Четвертый	5	4	9	8

* Согласно этому критерию, фактор считается значимым, если абсолютная величина произведения двух максимальных факторных весов ($r_{\max 1}$, $r_{\max 2}$) вдвое больше единицы, деленной на корень квадратный из числа наблюдений N :

$$\left| r_{\max 1} \times r_{\max 2} \right| > \frac{2}{\sqrt{N}} .$$

Анализ данных показал, что невербальные факторы на своих полюсах часто объединяют пейзажи, написанные одним автором, а также объединяют тематически и композиционно близкие произведения. В один фактор часто попадают произведения одного автора или произведения нескольких авторов, если они объединены похожей тематикой (наиболее яркими в этом отношении являются произведения И. Айвазовского и А. Куинджи). Это может служить подтверждением, что есть нечто объединяющее различные произведения одного автора, и пейзаж, таким образом, может быть проекцией личности художника.

Респонденты неоднократно отмечали сложность вербализации настроения, переживаемого от просмотра произведения. Сложности адекватного описания настроения и различия семантических пространств вербальных «ярлыков» и пейзажей могут говорить о различных основаниях категоризации визуальных образов и вербальных описаний. Вербальный язык фиксирует иные категории, нежели образный язык.

Если образ подвергается вербализации, он достраивается соответственно языку, на котором идет вербальное описание. Непосредственно образ воспринимается иначе. Восприятие произведения живописи и описание впечатлений от восприятия порождает



перевод с языка образов на язык словесный. Ю. Лотман (1978) полагает, что язык образов характеризуется континуальностью и пространственной организацией элементов, в отличие от языка словесного, который связан с дискретными знаковыми единицами и линейной последовательностью организации текста. Образ, представленный на картине, симультанен, в отличие от его сукцессивного словесного описания.

Большие расхождения у одного респондента в категориальных структурах образов и их вербальных описаний (различное количество факторов, разная структура и содержание) свидетельствуют о том, что реципиент «чувствует» произведение одним образом, а когда говорит о своих чувствах – другим. Таким образом, почувствовать и рассказать о своих чувствах – не одно и то же.

Восприятие искусства всегда индивидуально, в него включается личность реципиента. Анализируя картины, составляющие каждый фактор, мы обнаруживаем индивидуальные основания классификации произведений при одинаковой инструкции. Описания настроений пейзажей наполнены субъективными предпочтениями и отношениями к явлениям.

По содержанию выделенных факторов можно проследить особенности индивидуальной категоризации пейзажей по их «настроению». Это может быть выражено в ориентации на выразительные средства произведения – цвет и композицию – или на авторскую манеру исполнения (это выражается в объединении нескольких картин одного автора при смысловом расхождении в вербальных «ярлыках»). Таким образом, процедура описания «настроения», выраженного в пейзаже, может быть проективным тестом (методом), выявляющим личностные особенности реципиента. Внутри многих факторов картины объединены общим настроением, однако один и тот же пейзаж у разных респондентов может вызвать различные оттенки настроений. В этих факторах категоризация может иметь иные основания, которые не отражены в описании настроения: т. е. цвет, композицию, манеру исполнения – все то, что воспринимается как некоторый образ картины, то, что влияет на общее впечатление.

Предметный план, композиционные, цветовые и световые решения – выразительные средства живописи – отражают основную мысль автора и являются способом коммуникации автора и зрителя. Кроме этого, выбор тех или иных средств и образов отражает личность творца (для сравнения: бунтарский характер Айвазовского и основная тема его произведений – беспокойное море).

О биполярности и униполярности факторов невербальных и вербальных семантических пространств

Наряду с тем что размерность невербальных семантических пространств у респондентов ниже размерности вербальных семантических пространств, невербальные факторы преимущественно униполярны, т. е. имеют один полюс (табл. 2). То, что размерность вербальных семантических пространств, как правило, больше, чем размерность невербальных, означает, что вербальная категоризация более дифференцирована, чем образная. Например, у одного из респондентов были выделены два вербальных фактора, которые подходят под определение «сказочность». Но язык позволяет осуществлять более дифференцированную категоризацию, разводя сказочность наигранную, «бутафорскую» и сказочность таинственную, тихую.

**Таблица 2.** Биполярные и униполярные факторы в семантических пространствах респондентов

Респонденты	Семантическое пространство пейзажей		Вербальное семантическое пространство	
	общее количество выделенных факторов	количество биполярных факторов	общее количество выделенных факторов	количество биполярных факторов
Первый	9	0	13	10
Второй	9	4	13	6
Третий	9	0	12	4
Четвертый	9	1	5	3

Если категоризация на вербальном уровне ведется как противопоставление и выражена в биполярности «вербальных» факторов, то категоризация образная ведется иначе: факторы преимущественно униполярны, группа картин, объединенных похожим настроением, не противопоставлена другой группе, а выделена как отдельная, отличная от всех остальных. Если биполярность в образном плане и встречается, то, раскрывая ее содержание, мы находим субъективные описания «настроений», воспринимаемых через образ. Такие противопоставления нельзя назвать антонимичными, это, скорее, сопоставления отдельных элементов, составляющих целый образ: например, «дискомфорт» и «гнетущее настроение» в восьмом невербальном факторе второго респондента противопоставлено «открытости будущим событиям», «радости», «удовлетворению от динамичности... событий» и «скрытой активности» – сложные конструкты сравниваются друг с другом, сопоставляются, но они не являются антонимичными. Логическую основу антонимии в словесном языке образуют противоположные понятия («богатый–бедный», «немолодой–старый») (Уваров, 1998). С точки зрения лингвистики, антонимия представляет собой одну из языковых универсалий: она свойственна практически всем языкам. Согласно нашим результатам, большинство категорий восприятия пейзажей не образуют таких противопоставлений.

Выбранные нами пейзажи (а возможно, и данный жанр живописи), конечно, не могут выражать весь спектр настроений, которые способен уловить реципиент: чаще в пейзажных зарисовках отражены сильные чувства, которые возможно ощутить посредством природы (спокойствие и умиротворение, тревога и страх, загадочность, мистичность и необычность, величие, тоска).

Невербальная категоризация отличается от вербальной. Вербальная категоризация более дифференцирована, аналитична (т. е. фиксирует больше конструктов), но невербальная отражает целостный образ явления, не дробя его на составляющие части. Невербальные категории характеризуются целостностью и в связи с этим не предполагают жесткой антонимии: образы могут сравниваться, но редко противопоставляются. Решающим в категоризации пейзажей является предметный план изображения, который содержит в себе некий символ. Можно полагать, что сама специфика пейзажа основана на отображении ограниченного ряда символических образов (море, горы, лес, река, омут,



индустриальный пейзаж). Тем для пейзажей не так уж много. Горы, например, выражают идею величия, недоступности, образ «горного», трансцендентального. Но малая гора (согласно фэн шю), может быть и защитой от непогоды, от жизненных невзгод. Море несет в себе ощущение безбрежности, «ветра дальних странствий», но в зависимости от состояния оно может вызывать и ужас у попавшего в шторм морехода, а может своей прозрачной синевой и отблесками солнечных лучей создавать атмосферу неги и расслабления. Смысловое ядро «величия» (в первом случае) и «безбрежности» (во втором) сохраняется, но в зависимости от замысла и настроения художника основная тема (архесема) дополняется конкретизирующими смыслами (дифференциальными семами, в терминах лингвистики), и создаются пейзажи как вариация на вечные темы бытия, где языком образов природы выражаются архетипические состояния человеческой души.

Выводы

Гипотеза о различии невербальной и вербальной категоризации находит подтверждение, поскольку семантические пространства пейзажей и их вербальных описаний отличаются своей размерностью (количеством факторов), содержанием и униполярностью / биполярностью выделенных факторов. Большинство «невербальных» факторов униполярны. Вербальные семантические пространства имеют большую размерность, чем невербальные, и, как правило, биполярны. Эти результаты свидетельствуют, что естественный язык в описании эмоциональных состояний человека обладает большей дифференцированностью, чем язык образов. Он более аналитичен и позволяет выразить и осознать более тонкие смысловые нюансы. В основе построения естественного языка лежит принцип противопоставления (бинарности), что на уровне семантических пространств выражается в доминировании (по сравнению с языком образов) биполярных факторов (и стоящих за ними смысловых конструкторов). В отличие от сукцессии естественного языка, «язык образов» в силу своей симультантности выражает более интегрированное, целостное переживание, и благодаря этой целостности дает более сильное эмоциональное воздействие. Отметим, что последнее утверждение о большей силе воздействия «языка образов» в сравнении с естественным языком – гипотеза, интуитивно очевидная, но нуждающаяся в экспериментальной проверке и выделении «зоны приложимости». Ибо язык образов, как спринтер на короткие дистанции, может дать сильный кратковременный эмоциональный импульс, в то время как вербальный продукт (роман, повесть) на долговременной (стайерской) дистанции – накапливать энергию воздействия на читателя.

Литература

- Аллахвердов В. М. Психология искусства. Эссе о тайне эмоционального воздействия художественных произведений. СПб.: ДНК, 2001.
- Архейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М., 1974.
- Барабанищев В. А. Восприятие и событие. СПб.: Алетейя, 2002.



- Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. М., 1979.
- Брунер Дж. Психология познания. За пределами непосредственной информации. М.: Прогресс, 1977.
- Грязева–Добшинская В. Г. Современное искусство и личность: гармонии и катастрофы. М.: Академический проект, 2002.
- Знаков В. В. Понимание произведения искусства // Психология искусства. В трех томах. Самара: Изд. Самарский гос. пед. универ. Т. 1. 2003. С. 29–33.
- Знаков В. В. Понимание художественной правды // Творчество в искусстве – Искусство в творчестве. М.: Изд. «Наука – Смысл», 2000. С. 274–289.
- Зинченко В. П. Психологические аспекты влияния искусства на человека // Культурно-историческая психология. 2006. № 4. С. 3–21.
- Зинченко В. П. Живое время (и пространство) в течении философской мысли // Вопросы философии. 2005. № 4. С. 20–46.
- Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. М.: Смысл, 1999.
- Леонтьев Д. А. Введение в психологию искусства. М., 1998.
- Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти Раамат, 1978.
- Налимов В. В. Вероятностная модель языка. О соотношении естественных и искусственных языков. 3-изд. Томск-М.: Водолей, 2003.
- Петренко В. Ф. К вопросу о семантическом анализе чувственного образа // Восприятие и деятельность. М.: МГУ. 1975. С. 268–293.
- Петренко В. Ф., Нистратов А. А., Хайруллаева Л. М. Исследование семантической структуры образной репрезентации методом невербального семантического дифференциала // Вестник Московского университета. Серия «Психология». № 2. 1980. С. 27–36.
- Петренко В. Ф. Основы психосемантики. 2-е изд., доп. СПб.: Питер, 2005.
- Петренко В. Ф., Сапсалева О. Н. Художественные конструкты как образующие смысла произведения искусства // Электронная культура и экранное творчество. М.: Изд РИК, 2006. С. 207–229.
- Рильке Р. Огюст Роден. Письма. М., 1971.
- Соловьев В. Общий смысл искусства // Собрание сочинений. Вехи, 2001. http://www.vehi.net/soloviev/smysl_isk.html.
- Уваров М. С. Оппозиция языка и текста в культуре XX века. Философский век: Альманах. Вып. 7. СПб., 1998. С. 33–51.

LANDSCAPE OF THE SOUL. A PSYCHOSEMANTIC STUDY OF PAINTINGS PERCEPTION

PETRENKO V.F., *Department of Psychology, M. V. Lomonosov Moscow State University*
KOROTCHENKO E.A., *Psychological Institute RAE*

Psychosemantic methods were used to explore categorical structure of perception of landscapes that are viewed as artist's emotional states projections. Subjects were presented works of famous Russian artists. In the first series of experiment respondents were offered to estimate the type of mood each of the 100 landscapes evoked using a 7-item scale. In the second series mood descriptions evoked by landscapes were compared. As a result of data analysis, factor structures were indicated as well as factors scales loadings.



Semantic spaces were built for each individual matrix. The results show that semantic spaces of landscapes and their verbal descriptions differ in number of dimensions (number of factors, their contents, and indicated factors). The majority of the "non verbal" factors are unipolar. Verbal semantic spaces have a bigger number of dimensions than nonverbal ones and are mostly bipolar. These findings indicate that natural language of emotional states description is more differentiated than image language. The latter expresses a holistic feeling and thus has a stronger emotional influence.

Keywords: psychology of art, psychosemantics, categorical structure of perception, emotional state of an artist, semantic space.

References

- Allahverdov V. M. *Psihologija iskusstva*. Jesse o tajne jemocional'nogo vozdejstvija hudozhestvennyh proizvedenij. SPb.: DNK, 2001.
- Arnheim R. *Iskusstvo i vizual'noe vosprijatie*. M., 1974.
- Barabanshikov V. A. *Vosprijatie i sobytje*. SPb.: Aletejja, 2002.
- Bakhtin M. M. *Problemy pojetiki Dostoevskogo*. M., 1979.
- Bruner J. *Psihologija poznaniya. Za predelami neposredstvennoj informacii*. M.: Progress, 1977.
- Gryazeva-Dobshinskaja V. G. *Sovremennoe iskusstvo i lichnost': garmonii i katastrofy*. M.: Academicheskij proekt, 2002.
- Znakov V. V. *Ponimanie proizvedenija iskusstva // Psihologija iskusstva. V treh tomah. Izd. Samarskij gos. ped. univer. T. 1. Samara, 2003. S. 29–33.*
- Znakov V. V. *Ponimanie hudozhestvennoj pravdy // Tvorchestvo v iskusstve – Iskusstvo v tvorchestve*. M.: Nauka–Smysl, 2000. S. 274–289.
- Zinchenko V. P. *Psihologicheskie aspekty vlijaniya iskusstva na cheloveka // Kul'turno-istoricheskaja psihologija*. 2006. № 4. S. 3–21.
- Zinchenko V. P. *Zhivoe vremja (i prostranstvo) v techenii filosofskoj mysli // Voprosy filosofii*. 2005. № 4. S. 20–46.
- Leontiev D. A. *Psihologija smysla: priroda, stroenie i dinamika smyslovoj real'nosti*. M.: Smysl, 1999.
- Leontiev D. A. *Vvedenie v psihologiju iskusstva*. M., 1998.
- Lotman Yu. M. *Semiotika kino i problemy kinojestetiki*. Tallin: Jejesti Raamat, 1978.
- Nalimov V. V. *Verojatnostnaja model' jazyka. O sootnoshenii estestvennyh i iskusstvennyh jazykov. 3-je izd.* Tomsk-M.: Vodolej, 2003.
- Petrenko V. F. *K voprosu o semanticheskom analize chuvstvennogo obraza // Vosprijatie i dejatel'nost'*. M.: MGU, 1975. S. 268–293.
- Petrenko V. F., Nistratov A. A., Khajrullaeva L. M. *Issledovanie semanticheskoi struktury obraznoj reprezentacii metodom neverbal'nogo semanticheskogo differenciala // Vestnik Moskovskogo universiteta. Psihologija*. № 2. 1980. S. 27–36.
- Petrenko V. F. *Osnovy psihosemantiki. 2-e izd., dopolnennoe*. SPb.: Piter, 2005.
- Petrenko V. F., Sapsoleva O. N. *Hudozhestvennye konstrukty kak obrazujuschie smysla proizvedenija iskusstva // Jelektronnaja kul'tura i jekrannoe tvorchestvo*. M.: Izd RIK, 2006. S. 207–229.
- Rilke R. *Ogjust Roden. Pis'ma*. M., 1971.
- Solovyev V. *Obschij smysl iskusstva // Sobranie sochinenij. Vehi, 2001. http://www.vehi.net/soloviev/smysl_isk.html*.
- Uvarov M. S. *Oppozicija jazyka i teksta v kul'ture XX veka. Filosofskij vek: Al'manah. Vyp. 7. SPb., 1998. S. 33–51.*