

ОСОБЛИВОСТІ ВІЗУАЛЬНОЇ СЕМАНТИКИ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА

Стаття присвячена співставленню візуальної та вербальної семантики образу політика. Показано, що категоріальні структури візуальної та мовної форм репрезентації образу політика не є цілком тотожними. Висунуто припущення, що цілеспрямоване використання візуальних структур узагальнень здатне певною мірою змінювати імідж політика, незалежно від рівня усталеності його персональної репутації та політичних уподобань респондентів

Ключові слова: сприймання, категоризація, візуальна семантика, семантичний простір, імідж.

Постановка проблеми. Значення зображення політика як засобу формування його іміджу важко переоцінити. Ставлення громадян до політика багато в чому визначається не тільки його ідеологічними поглядами, а і його зовнішністю, яка слугує важливим джерелом інформації про його особистість.

Як і будь-яка людина, політик екземплярний і цікавий нам уже на рівні притаманної йому тілесності. Нам недостатньо лише вербальної інформації про нього, ми обов'язково хочемо побачити його, і якщо такої можливості немає, змальовуємо портрет політика у власній уяві, намагаючись у такий спосіб персоналізувати отриману вербальну інформацію. Такі спроби не завжди є вдалимими, і ми нерідко буваємо розчаровані незбіганням власних уявлень про певну людину і тим, якою є її зовнішність насправді. Проте сучасних політиків це практично не стосується. Сучасні медіатехнології надають небачені раніше можливості ознайомлення із тим, який вигляд мають політики. Вдивляючись у їхні тілесні оболонки, ми у своїй уяві обов'язково "домальовуємо" певні особистісні якості, що, як нам здається, мають бути притаманні побаченим політичним персонажам. Кожний з нас тією або іншою мірою є природженим фізіогномістом, який мимоволі очікує гармонійної відповідності між формою (тілесністю) і змістом (особистістю).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ця відповідність не є "природною", чимось назавжди встановленим. Вона задається тією мовою, якою ми на даний момент послуговуємося. Провідна роль серед способів вираження відображеного змісту традиційно належить вербальним формам. Проте чимало вчених відзначають можливість фіксації відображеного змісту у формі не тільки понять, а й "умінь як узагальненого способу дії", "норм поведінки", "ритуалів", "виразних рухів", "танців", "стійких візуальних символів", "жестів" та ін. У всіх цих випадках трактування мови є ширшим, ніж це прийнято у лінгвістиці. Воно має радше семіотичний характер і є характерним для праць [1; 2].

У дослідженнях різних учених неодноразово висловлювалося припущення про те, що образи, символи можуть бути організовані в стійку систему відносин, що функціонує як категоріальна система, яка дублює чи заміщає в деяких ситуаціях категоріальну систему мовлення [3; 4; 5; 6]. При цьому виникає низка природних запитань про характер розчленувань цієї семантичної системи. Деякі з них досить влучно були сформульовані В. Ф. Петренком: "чи відрізняється семантика образів,

предметів і явищ від семантики мовних виразів, які їх позначають, чи перцептивна семантика принципово нічим не відрізняється від мовної, і в образі предмета немає жодного іншого змісту, крім того, що потенційно міститься в мовному вираженні?"; "чи можливо, що деякі форми відношень, якостей, контрастів природна мова диференціює більш тонко, ніж мова образів, чи, навпаки, ми можемо виокремлювати деякі змістові нюанси, протиставляючи образи, які не відображені у природній мові?"; "чи можливе створення набору образних опозицій, який би відображав специфічно візуальні протиставлення?" [3].

Пошукам відповіді на ці та інші питання присвячено чимало досліджень. Вивчення семантичної структури образної репрезентації досить абстрактного візуального матеріалу, зокрема, з'ясувало, що абстрактні візуальні образи можуть утворювати досить розгалужену та стійку мережу смислових опозицій: збалансований – незбалансований, стійкий – нестійкий, цілісний – розірваний, неупорядкований – упорядкований, завершений – незавершений, товстий – тонкий, вертикальний – горизонтальний тощо. Крім того, було показано, що на відміну від класичного вербального семантичного диференціала (СД), де домінуючим фактором є фактор "оцінка", у невербальному СД домінує фактор "активність", який мовою геометричних форм задається через нестабільність, асиметричність, невірноваженість зображень. Загалом невербальний СД зумовлює зміщення від оцінного опису в бік найбільших доступних для візуалізації динамічних характеристик об'єкта. Було також продемонстровано подібність вербальної й візуальної семантики на рівні провідних факторів.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Наявні на даний момент емпіричні дані залишають відкритим питання про відповідність вербальної й візуальної семантики іншим рівням категоризації. Не зовсім зрозумілим є і те, якою мірою висновки, отримані на основі аналізу абстрактного візуального матеріалу, однозначна предметна інтерпретація якого була ускладнена або й неможлива, можна поширювати на реалістичні зображення, сприймання яких опосередковується не тільки докатегоріальними, а й вербальними структурами узагальнень. Певні припущення із цього приводу дають можливість зробити результати одного з досліджень, проведених під керівництвом В. Ф. Петренка [3]. Вони, зокрема, свідчать, що структура особистісного семантичного диференціалу є похідною від вибору об'єктів шкалювання. Так,

якщо у репертуарному варіанті особистісного СД, де об'єктами шкалювання виступали персонажі, добре відомі піддослідним, домінуючим фактором була моральність, то для портретного варіанта особистісного СД, де фактично оцінюється перше враження про людину за її портретом, структура семантичного простору істотно залежала від статі як учасників експерименту, так і персонажів, зображених на портретах. Ці результати дають підстави припустити, що візуальний матеріал здатний нав'язувати реципієнту свої зв'язки та розчленування, дещо відмінні від тих, які зумовлені мовою. Проте однозначно це стверджувати, спираючись на результати вищезгаданого дослідження, неможливо, оскільки об'єкти шкалювання були різними.

Метою нашого дослідження було зіставлення вербальної та візуальної структур категоризації, які опосередковують процес сприймання політиків виборцями.

Виклад основного матеріалу. Збір емпіричного матеріалу відбувався у 2004 р. Учасниками дослідження були представники різних соціальних груп: студенти, робітники та службовці, пенсіонери. Кількість випробуваних – 36 осіб, серед них 17 жінок, 19 чоловіків. Як стимульний матеріал було використано 42 фотографії з офіційного сайту Президента Л. Кучми, роздруковані у чорно-білому варіанті. Переважну

більшість фото зроблено В. Соловйовим.

На першому етапі учасникам дослідження був наданий набір пронумерованих фотографій політика і пропонувалося розподілити їх на довільну кількість груп таким чином, щоб у групах виявилися фотографії, на яких політик зображений у найбільш схожих між собою психологічних станах. Тобто в одну групу мали потрапити фотографії, на яких політик має, наприклад, найбільш упевнений вигляд, в іншу ті, на яких він найбільш оптимістичний, у третю – ті, де він викликає роздратування, і т. ін. При цьому не має значення, зображений політик один чи серед інших людей, чи портрет це, чи сюжетне фото. Після того як випробуваний розподіляв усі фотографії на довільну кількість груп, дослідник нумерував виділені групи, фіксував номери фотографій, які увійшли до тієї чи іншої групи, і просив назвати характеристики, які послужили підставою для об'єднання фотографій у певну групу. Названі учасником дослідження ознаки (у вигляді прикметників) фіксувалися поруч із відповідною групою. З усієї сукупності названих прикметників за допомогою частотного аналізу виділялися найбільш уживані.

Загалом учасниками експерименту було використано 474 прикметники, серед яких найчастіше траплялися ті, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Найбільш частотні характеристики, що використовувались учасниками дослідження для опису запропонованої множини фотографій Президента Л. Кучми

Характеристика	Частота використання характеристики респондентами
серйозний	18
задоволений (рос. <i>довольный</i>)	17
радісний	17
спокійний	16
веселий	14
впевнений	14
уважний	13
невдоволений	10
хитрий	10
щасливий	9
задоволений (радий, рос. <i>удовлетворенный</i>)	9
задумливий	8
привітний	8
рішучий	7
самовдоволений	7
доброзичливий	6
дружелюбний	6
злий	5
лукавий	5
неуважний	5
непевнений	5
стурбований	5
переконливий	5
стомлений	5
схидний	4
замислений	4
напружений	4

Перелік характеристик, що використовувались як підстави групування фотографій на другому етапі дослідження

подобається	не подобається
домінуючий	поступливий
гордий	догідливий, улесливий
незалежний	залежний
здоровий	Хворий
урочистий, офіційний	буденний
тривожний	Спокійний
впевнений у собі	невпевнений у собі
рішучий	Нерішучий
жартівливий	Серйозний
веселий	Сумний
піднесений, радісний	Пригнічений
напружений	Розслаблений
спокійний	Збуджений
стурбований	Байдужий
енергійний	Втомлений
агресивний (сердитий, розгніваний, роздратований)	миролюбний, товариський
розумний, задумливий	незнаючий, розгублений, збентежений
зацікавлений	Відсторонений
уважний, зосереджений	неуважний, імпульсивний
викликає довіру	викликає недовіру
довірливий	Недовірливий
лицемірний, хитрий, лукавий	відвертий, щирий
задоволений	Незадоволений

Як бачимо, найбільшу частоту згадувань мали позитивні або нейтральні прикметники. Частота згадувань прикметників, що характеризували президента негативно, помітно менша. Слід також зауважити, що ступінь згоди щодо приписування позитивних характеристик окремим фотозображенням був більший, ніж при атрибуції негативних характеристик.

На підставі отриманого списку та додавання кількох стандартних якостей, що використовуються для опису політика, було сформовано перелік якостей, використаний на другому етапі нашого дослідження (табл. 2).

На другому етапі випробуваних просили вибрати з множини фотографій, що пред'являлися на першому етапі, ті, на яких політику притаманні певні якості зі списку найбільш часто використовуваних на першому етапі прикметників. Напроти відповідної якості в індивідуальному протоколі випробуваного фіксувалися номери обраних фотографій. При цьому одне фото могло бути використане для ілюстрування кількох якостей.

Припускалося, що на першому етапі дослідження вербальне опосередкування сприймання фотографій істотно послаблене, оскільки фотографії об'єднувалися у групи насамперед на основі ще не вербалізованої візуальної подібності (групування спочатку здійснювалося виключно "руками"). Позначити виокремлені групи за допомогою вербальних ярликів респондентів просили лише після того, як ці групи було сформовано. (Коли це "Наука і освіта", №9, 2012

відбувалося, досить часто респонденти починали перекидатися фотографії з однієї групи до іншої.)

Під час другого етапу, коли застосовувалася техніка шкалювання візуальних об'єктів за допомогою особистісних прикметників, інтерферуючий вплив вербальної семантики на процес категоризації фотозображень політика, на нашу думку, мав би збільшуватися.

Високий ступінь подібності диференціювання фотографій у семантичних просторах, що розрізнялися за ступенем вербального опосередкування, мав би свідчити про високий рівень подібності (тотожності) цих семантичних просторів і, отже про принципову єдність на рівні глибинної семантики – природної мови і "мови" людської міміки, проксемики, кінетики.

В операціональній формі ця гіпотеза виражалася в тому, що факторні структури образу політика у першій та другій серіях дослідження мали б бути подібними, схожими.

У результаті виконання першої частини дослідження (коли випробувані розкладали фотографії на довільну кількість груп, а потім вільно описували кожну з них) було виявлено 4 фактори. Їх інтерпретація здійснювалася на основі врахування тих характеристик, які найчастіше використовувалися для опису фотографій. Виявлені фактори отримали наступні назви:

1) піднесений, радісний, веселий – зосереджений, урочистий;

2) гордий – догідливий, нерішучий;

- 3) стурбований – буденний, спокійний;
- 4) догідливий, улесливий – домінуючий.

За результатами другої частини дослідження, яка передбачала застосування техніки шкалювання візуальних об'єктів за допомогою особистісних прикметників, було виділено 5 факторів. Така відмінність, на нашу думку, свідчить про певне додаткове нашарування в семантичній структурі, спричинене вербальними категоріями. Виявлені фактори отримали такі назви:

- 1) веселий, миролюбний – агресивний, роздратований;
- 2) байдужий – миролюбний, жартівливий;
- 3) жартівливий, щирий – догідливий, хитрий, улесливий;
- 4) поступливий – незалежний;
- 5) спокійний – агресивний.

Отримані факторні структури до певної міри нагадують відому п'ятірку особистісних факторів, що була виділена Голдбергом. Цей набір факторів має такий вигляд: Sugeny (or Extraversion) – енергійність (чи екстраверсія); Agreeableness – дружельюбність (згода); Conscientiousness – совісність (свідомість); Emotional stability – емоційна стабільність; Intellect (or culture) – інтелект (чи культура) (опис факторів Гольдберга взято в О. Г. Шмельова [4]).

Зіставлення отриманих факторних структур першого і другого етапу дослідження виявило, що кореляція між ними є статистично незначимою, і отже, семантичні простори фотозображень політиків із вербальним супроводом і без нього не є ідентичними. Доти, поки сприймання політика не опосередковується мовою і реципієнт не використовує для означення побаченого вербальні ярлики, він ставиться до візуальних повідомлень про політика передусім як до інформації про певну живу істоту і оцінює його насамперед за такими показниками як "Активність" (зосереджений – розслаблений, урочистий – веселий) та "Сила" (домінуючий – підпорядкований).

Коли ж класифікація фотозображень здійснювалася за допомогою заздалегідь заготовленого списку прикметників, зіткнення сприйнятого образу зі сферою вербалізованої свідомості приводило до домінування оцінних характеристик, таких як "оптимістичний – песимістичний", "хитрий, лицемірний – щирий", "миролюбний – агресивний, діловий, офіційний" і т.д.

Аналіз змісту виявлених факторів вказує на пере-

ЛІТЕРАТУРА

1. *Дмитриев В. Ю.* Ценностно-смысловое пространство личности. Концептуальные основания и новые методические подходы к его изучению / В. Ю. Дмитриев // Психология на перетині тисячоліть : збірник наук. праць учасників П'ятих Костюківських читань. – К. : Генезис, 1998. – Т. 1. – С. 404–412.
2. *Жинкин Н. И.* Речь как проводник информации / Н. И. Жинкин. – М. : Наука, 1982. – 159 с.
3. *Петренко В. Ф.* Психосемантика сознания /

тинання просторів з візуальною і візуально-вербальною репрезентацією, попри розходження цих факторних просторів загалом.

На рівні старших, крупних класів фотозображення об'єднувалися респондентами за конотативно-афективним компонентам, які загалом відповідають відомим факторам Ч. Осгуда – факторам "Оцінка" та "Активність". Змінювався лише порядок, значимість цих критеріїв оцінювання.

Отримані результати також вказують на те, що вербальне опосередкування забезпечує більш високий ступінь диференційованості сприймання. На це вказують результати як факторного, так і кластерного аналізу. Під час класифікації за допомогою вербальних ярликів збільшується кількість як факторів, так і кластерів. Отже, не вся сприйнята візуальна інформація може бути вербалізована, а тим більше визначена в одних і тих самих термінах. Якщо "руками" учасники дослідження відносили фотографії до однієї групи, то оцінювали їх часто по-різному. Візуальною ознакою, що слугувала підставою для об'єднання кількох фотозображень різними учасниками в одну групу, могла бути, наприклад, посмішка. Але одні з них побаченій за цією посмішкою оцінювали політика як доброзичливого, щирого, а інші – як лицемірного чи хитрого.

Цікаво, що ступінь узгодженості класифікацій, здійснених переважно на основі візуальних ознак, виявився вищим, ніж коли в основі класифікацій лежали вербальні ярлики. Класифікації, зроблені за наперед заданими вербальними ярликами, досить часто містили різні, несхожі між собою фотографії. Це, на нашу думку, свідчить про те, що візуальні еталони, наприклад, "щирого" чи "лицемірного" політика, збігаються далеко не у всіх.

Висновки. Таким чином, є підстави вважати, що візуальний образ політика завдяки безпосередньому сприйманню фізіогномічних характеристик, які не завжди і далеко не повністю усвідомлюються реципієнтами, здатний до певної міри змінювати його імідж, впливати на нього, незалежно від усталеності персональних репутацій та політичних уподобань респондентів. Ці феномени глибинного людської чутливості лежать за порогом усвідомлення і своїм корінням сягають, мабуть, прадавніх форм комунікацій, заснованих на співіснуванні в тісному контакті й підпорядкованих жорстким критеріям природного відбору.

В. Ф. Петренко. – М. : МГУ, 1988. – 208 с.

4. *Шмелев А. Г.* Психодиагностика личностных черт / А. Г. Шмелев. – СПб. : Речь, 2002. – 480 с.

5. *Bentler P. M.* A nonverbal semantic differential / P. M. Bentler, A. L. La Voie // Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior. – 1972. – V. 11. – P. 491–496.

6. *Osgud Ch.* Studies of the generality of affective meaning system / Ch. Osgud // Am. Psychologist. – 1962. – V. 17. – P. 10–28.

Подано до редакції 31.10.12