



## Phenomenological analysis of the art perception

A. V. Chistopolskaya<sup>1</sup>, D. L. Karpov<sup>1</sup>, S. A. Trifonova<sup>1</sup>

<sup>1</sup>P. G. Demidov Yaroslavl state University, 14 Sovetskaya str., Yaroslavl 150003, Russian Federation

DOI: 10.18255/1996-5648-2023-2 -298-307

Research article  
Full text in Russian

The article presents some results of a qualitative study of the phenomenology of perception of art. As the main results, we received an aesthetic preference for the directions of realism and impressionism by most of the subjects. Aesthetic experience can be described in the categories of rational and emotional. The aesthetic evaluation of paintings is dominated by rational categories. The category of emotional is highly differentiated and includes various types of emotions: ethical, aesthetic, hedonistic and everyday.

**Keywords:** aesthetic experience; perception of paintings; emotional and rational signs; aesthetic evaluation

### INFORMATION ABOUT AUTHORS

Chistopolskaya, Alexandra V. | E-mail: [chistosasha@mail.ru](mailto:chistosasha@mail.ru)  
Cand. Sc. (Psychology), Associate Professor

Karpov, Denis L. | E-mail: [karpovdl@yandex.ru](mailto:karpovdl@yandex.ru)  
Cand. Sc. (Philology)

Trifonova, Svetlana A. | E-mail: [sv-trif@mail.ru](mailto:sv-trif@mail.ru)  
Cand. Sc. (Psychology), Associate Professor

**Funding:** Yaroslavl State University (project CS-01/2022).



## Феноменологический анализ восприятия художественных произведений

А. В. Чистопольская<sup>1</sup>, Д. Л. Карпов<sup>1</sup>, С. А. Трифонова<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, ул. Советская, 14, Ярославль, 1500003, Российская Федерация

DOI: 10.18255/1996-5648-2023-2-298-307  
УДК 159.9

Научная статья  
Полный текст на русском языке

В статье представлены некоторые результаты качественного исследования феноменологии восприятия художественных произведений. В качестве основных результатов мы получили эстетическое предпочтение направленный реализма и импрессионизма большинством испытуемых. Эстетический опыт может быть описан в категориях рационального и эмоционального. В эстетической оценке картин преобладают рациональные категории. Категория эмоционального весьма дифференцирована и включает различные типы эмоций: этические, эстетические, гедонистические и повседневные.

**Ключевые слова:** эстетический опыт; восприятие картин; эмоциональные и рациональные признаки; эстетическая оценка

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Чистопольская, Александра Валерьевна | E-mail: [chistosasha@mail.ru](mailto:chistosasha@mail.ru)  
Кандидат психологических наук, доцент

Карпов, Денис Львович | E-mail: [karpovdl@yandex.ru](mailto:karpovdl@yandex.ru)  
Кандидат филологических наук, доцент кафедры общей и прикладной филологии

Трифопова, Светлана Алексеевна | E-mail: [sv-trif@mail.ru](mailto:sv-trif@mail.ru)  
Кандидат психологических наук, доцент

**Финансирование:** ЯрГУ (проект CS-01/2022).

### Введение

В последние десятилетия активно развивается область когнитивной нейронауки – нейроэстетика и когнитивная психология искусства, изучающие процесс эстетической оценки объектов и мозговые механизмы эстетического опыта. При этом в большей степени в фокусе исследовательского внимания оказывается скорее процесс восприятия произведений искусства.

© ЯрГУ, 2023

Статья открытого доступа под лицензией CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Одной из популярных моделей восприятия живописи является модель Х. Ледера и коллег [1]. Авторы предлагают модель обработки информации, которая объясняет возникновение эстетического удовольствия и формирование эстетических суждений. В этой модели выделяется 5 этапов обработки информации и факторы, которые влияют на каждом этапе [1].

А. Шимамура предлагает свою схему компонентов художественного опыта. Она включает три основных блока: художника с его намерением создать произведение искусства, произведение искусства и смотрящего на это произведение, реципиента, зрителя. При этом главной проблемой для исследователя является то, как мы воспринимаем искусство, то есть опыт эстетического восприятия зрителя. В описании этого опыта важно, как произведение искусства влияет на три основные психические функции зрителя: чувства, знания и эмоции [2]. В качестве намерений художника автор рассматривает 4 возможных подхода к искусству: миметический подход, экспрессионистский, формалистский и концептуальный подход. Таким образом, важно здесь и включение намерений и задач автора произведения, которые могут быть распознаны и оценены эстетически зрителем.

М. Пеловски в своей статье «Слезы и трансформация: желание плакать как показатель пронизательного или “эстетического” опыта общения с искусством» показывает, что слезы или чувство «как будто слезы подступают» могут являться показателем инсайта и эстетического опыта, возникающего в результате изменения представлений о себе или окружающем мире при встрече с произведением искусства. Слезы могут указывать на обработку информации [3].

Таким образом, существует большое количество факторов и переменных, оказывающих влияние на наш эстетический опыт, – от относительно низкоуровневых (цветовая гамма, знакомость объекта, группировка, сложность) до достаточно высокоуровневых (задача, которую решает автор, наш опыт, личные предпочтения, изменение представлений о себе или мире в результате просмотра картины, репутация автора и содержание картины). Кроме того, совершенно четко можно выделить два отдельных источника эстетического опыта: когнитивный – включающий наше эстетическое суждение о картине (к какому стилю и направлению ее можно отнести, мастерски ли она написана и т. д.) и аффективный – наши чувства и эмоции по поводу данной картины (например, чувство отращения к содержанию картины при полном понимании таланта автора).

Все эти аспекты представлены скорее на уровне рефлексии исследователей восприятия искусства, однако не до конца понятно, как эстетическое переживание описывается и ощущается зрителями в их «наивной» рецепции. Чаще всего от зрителя можно услышать, что картина ему

понравилась либо не понравилась. Однако не совсем понятно, на каком уровне (когнитивном, аффективном) выносится эта оценка и какая феноменология скрывается за опытом эстетического переживания. Чаще всего в описанных выше моделях эмпирическая проверка осуществляется с помощью шкал Лайкерта, где испытуемым нужно оценить те или иные объекты по ряду шкал, которые задаются авторами на основе своих предположений.

В настоящее время не существует опросников на фиксацию особенностей эстетического опыта зрителей, основанных на феноменологии данного процесса. Эмоциональный компонент эстетического опыта слабо дифференцирован и чаще всего сводится либо к факту его наличия, либо к частным проявлениям типа желания плакать. Все это приводит к необходимости проведения качественного исследования, направленного на феноменологический анализ опыта эстетического переживания с целью эмпирической проверки имеющихся теоретических моделей восприятия искусства и выявления критериев эстетической оценки художественных произведений.

### **Процедура исследования**

В ходе нашего исследования для сбора феноменологии переживания чувства прекрасного нашим испытуемым было предложено структурированное интервью.

В рамках данной статьи нас интересуют ответы на следующие вопросы:

1. Придумайте не менее 5 характеристик для описания того, какая картина является красивой.
2. Кто Ваши любимые художники?
3. Испытывали ли Вы чувство, похожее на желание плакать («слезы подступают») при встрече с искусством? Если да, опишите свой опыт.
4. Назовите хотя бы одну любимую картину. Почему Вам нравится именно она?
5. Рассмотрите, пожалуйста, внимательно картину. Какие переживания и мысли она вызывает? Что Вам нравится в этой картине? Что не нравится?

В качестве картин для оценки мы предлагали следующие:

А) «Рожь», художник И. И. Шишкин (предлагалась всем участникам исследования).

Б) «Обнаженная, спускающаяся по лестнице», художник М. Дюшан (предлагалась 36 участникам исследования).

В) «Пейзаж с желтым домом (зимний пейзаж)», художник К. Малевич (предлагалась 37 участникам исследования).

**Выборка:** всего в исследовании приняли участие 76 испытуемых ( $M=26,6$ ,  $SD = 11.9$ ), из них – 62 женщины, 11 мужчин. Данные трех человек были исключены из дальнейшего анализа.

### **Обработка результатов**

Все высказывания испытуемых были закодированы двумя экспертами в соответствии с определенными категориями, выделенными двумя экспертами на основе наиболее часто встречающихся вербальных паттернов в общем массиве данных.

1. Любимые картины респондентов были проанализированы с точки зрения направления живописи, определена частота предпочтений направления живописи.

2. Для анализа признаков красивой, любимой картины и конкретных произведений искусства, которые предлагались испытуемым, были использованы следующие категории для кодирования вербальных отчетов.

- Эмоциональная категория означает, что в фокусе внимания при оценке картины находятся эмоции, которые человек испытывает при ее восприятии. Высказывания, относящиеся к этой категории, могут быть общие, указывающие на недифференцированное эмоциональное переживание. Например, человеку важна чувственность картины или ее настроение, однако какое именно настроение и валентность не поясняется («Мне нравится эмоциональность этой картины») либо высказывания могут конкретизировать тип эмоций, на которые обращает внимание респондент – частные эмоции. В данном подразделе мы выделили три типа эмоций: этические «чувство надежды», эстетические «восторг и восхищение», гедонистические «удовольствие, нравится снова и снова смотреть на картину». Кроме того, часть высказываний не относилась ни к одной из описанных категорий и выражала обыденные эмоции, встречающиеся повседневно (тревожность, скука, грусть, тоска). Эту часть высказываний мы обозначили «без категории»;

- Рациональная категория означает, что в фокусе внимания респондента при оценке картины – какие-либо характеристики самой картины, которые он анализирует. Здесь мы выделили две большие группы категорий рационального, традиционно выделяемые в теории эстетики [4]:

- форма включает выделение элементов («нравятся пейзажи»), цвет («не нравится коричневый цвет», «красиво подобраны цвета на картине»), внешнюю композицию («нравится построение пространства») и технику художника («нравится реалистичность изображения»),

- содержание включает замысел («нравится философский смысл дороги»), этический аспект (духовная значимость и религиозные мотивы), контекст (нравится личность художника и обстоятельства создания картины) и личный опыт зрителя (навевает воспоминания о каникулах в детстве).

Соответственно результаты представляют собой анализ частот встречаемости разных категорий при оценки различных объектов: красивая картина, любимая картина, реальное художественное произведение.

### Результаты

1. 65% респондентов (48 человек из 74) отметили, что испытывали чувство, похожее на желание плакать при переживании эстетического опыта.

2. Любимый художник. Лидером среди любимых художников наших респондентов оказался И. К. Айвазовский (отметили 7 человек), далее Г. Климт (6 человек), В. Ван Гог (5 человек), М. А. Врубель (5 человек), В. М. Васнецов (3 человека), А. И. Куинджи (3 человека), А. Матисс (3 человека).

3. Предпочитаемые направления живописи среди респондентов (абсолютная частота встречаемости, кол-во раз):

реализм – 24, импрессионизм – 16, мир искусства – 8, символизм – 8, модернизм – 4, авангардизм – 3, соцреализм – 3, сюрреализм – 2, описание картины без названия и автора – 2, барокко – 1, гиперреализм – 1, без категории – 1.

Лидерами стилистических направлений живописи являются реализм и импрессионизм. Это согласуется с рейтингом предпочтений любимых художников: большая часть фаворитов в живописи – представители реализма и импрессионизма.

1. Частотный анализ выраженности различных признаков при оценке категорий «Красивая картина», «Любимая картина» и реальных произведений искусства.

- Среди общего массива характеристик красивой картины встречались признаки, которые далее испытуемыми совсем не использовались. Это признак «гармоничность», трудно дешифруемый, поскольку неясно, к чему именно (форме, содержанию, эмоциональному состоянию) он относится, а также «интенции художника», включающий такие высказывания, как «искренность автора, его вдохновение». В случае оценок реальных картин, любимых или предлагаемых в исследовании эти признаки не использовались.

- Всего категорий, описывающих эмоциональные аспекты восприятия картины (25 %), существенно меньше по сравнению с рациональными (71,5 %). В рациональной категории признаков, относящихся к содержанию картины (36 %), фактически в два раза меньше по сравнению с оценкой формы (64 %). Среди эмоциональных аспектов чаще всего встречаются гедонистические (29 %), повседневные (25 %) и общие (26 %). В категории содержание картины чаще всего анализируется замысел картины (50 %), а в форме – техника (34 %) и цвет (27 %).

- Распределение выделяемых признаков при просмотре трех различных картин также существенно отличается (табл. 1, 2).

Таблица 1

**Соотношение частоты встречаемости категорий эмоциональных аспектов восприятия различных картин и их распределение по подтипам, %**

Тип картины для оценки респондентов	Эмоции относительно общего количества высказываний	Категории эмоциональных аспектов				
		общие	эстетические	этические	гедонистические	без категории (повседневные)
Шишкин	35	7	20	2	56	15
Дюшан	32	5	16	0	0	79
Малевич	26	13	33	0	27	27
Красивая картина	22	42	13	9	17	19
Любимая картина	19	36	9	0	24	31

Таблица 2

**Соотношение частоты встречаемости категорий рациональных аспектов восприятия различных картин и их распределение по подтипам, %**

Тип картины для оценки респондентов	Рациональные признаки, всего	Содержание	Форма
Шишкин	65	34	66
Дюшан	68	44	56
Малевич	74	40	60
Красивая картина	68	47	61
Любимая картина	81	32	65

Таким образом, из таблиц с процентным распределением частоты встречаемости различных признаков можно резюмировать следующее. Для абстрактно красивой картины важна общая эмоциональность картины (42 % от всех эмоциональных признаков), а также в большей степени, чем для остальных картин, этические эмоции (9 %).



Для восприятия любимой картины также важна общая эмоциональность (36 %).

Для восприятия картины художника Шишкина важную роль играют гедонистические эмоции (56 %), для восприятия картины художника Малевича – эстетические эмоции (33 %), а картина Дюшана вызывает повседневные эмоции, не относящиеся к сфере эстетики (79 %), чаще всего в качестве таких эмоций респонденты отмечали тревогу и напряжение. Гедонистических эмоций предложенная картина не вызвала вовсе (0 %).

Кроме того, во всех картинах существенное внимание уделяется форме картины, а именно технике и цветам.

### **Обсуждение результатов**

По результатам нашего качественного анализа можно утверждать, что наиболее часто встречающимся художественным направлением в изобразительном искусстве является направление реализма. Реализм стремится к адекватному и многообразному отражению действительности в ее типичных аспектах. Это согласуется с задачей искусства открыть зрителю «Окно в мир» и максимально точно его запечатлеть. Фактически это первая и основная функция искусства как мимезиса, описанная еще Аристотелем. На втором месте по популярности – импрессионизм. В отличие от реализма импрессионизм стремится запечатлеть не столько сами объекты реальности, сколько чувственное впечатление, вызываемое этими объектами. С момента появления фотографии направление реализма начало уступать место импрессионизму, поскольку технически задача запечатления реальности решается гораздо более экономично с помощью фотографии [5]. Еще одним фактором, который может объяснить данный результат, является достаточно широкая популярность произведений искусства в русле реализма и импрессионизма, достаточно большое количество иллюстраций в учебниках по предметам школьной программы, большое количество художественных фильмов и сувенирной продукции (лидером в этом являются картины В. Ван Гога и Г. Климта). Это согласуется с данными исследователя искусства импрессионизма Дж. Каттинга, который показал, что во многом эстетическое предпочтение произведений искусства зависит от частоты их предъявления [2].

При анализе высказываний респондентов относительно их эстетического опыта мы выделили две большие группы признаков, на которые ориентируется зритель при восприятии картин: рациональные и эмоциональные. Данные критерии были выбраны с опорой на классические эстетические представления, которые помещают художественное на границу между интеллектуальным и эмоциональным.

Преобладание количества рациональных признаков в оценке различных художественных картин над эмоциональными по всей видимости свидетельствует о том, что восприятие художественного произведения



осуществляется интеллектуально, основываясь преимущественно на анализе техники художника и используемых цветах. Это, в общем, так же соотносится с классическим пониманием художественного произведения как результата освоения особой техники и мастерства, недоступного для большинства. Ведущая роль цвета в восприятии изобразительных произведений может объясняться теорией экологической валентности [6]. Эта теория предполагает, что людям нравится / не нравится определенный цвет в той степени, в какой им нравятся / не нравятся все объекты окружающей среды, которые ассоциируются с этим цветом. Примечательно также, что для красивой картины и любимой картины эмоциональных признаков меньше, чем для картин, которые предлагались испытуемым во время опроса. Это может быть связано с тем, что человек вспоминает ту или иную картину, не переживая эстетического опыта непосредственно, апеллируя в большей степени формальными характеристиками, которые важны для запоминания и извлечения информации о картине.

Картина Шишкина предлагает «знакомое», реалистическое изображение, обращающееся не только к эстетическому, но и повседневному опыту, не нарушает привычной оптики зрителя живописи, созерцателя окружающего мира.

Важным с точки зрения продвижения исследований в области нейроэстетики является развитие моделей восприятия картин. Наша работа показывает, что эмоциональный и когнитивный компоненты эстетической реакции [1] могут включать достаточно большое количество категорий. Так, нами были выделены эмоции, вызванные преимущественно объектом искусства: эстетические, этические, гедонистические и эмоции, встречающиеся в любой области человеческой жизни (печаль, тоска, радость, тревога). В статье «Что есть эстетические эмоции» авторы отмечают, что, несмотря на то что последние модели обработки визуальных произведений искусства, литературы и музыки включают компонент, называемый «эстетические эмоции», ни одна из этих моделей не дает подробного определения или обсуждения того, что такое эстетические эмоции на самом деле [7]. Этические эмоции выходят за рамки прямых личных интересов и связаны с интересами или благосостоянием общества в целом или других людей. Гедонистические эмоции тесно связаны с эстетическими и предполагают получение удовольствия от просмотра той или иной картины.

Таким образом, резюмируя, можно сделать следующие выводы:

1. Феноменологический анализ эстетического опыта показал, что зрители ориентируются на рациональные и эмоциональные признаки при восприятии картин;

2. Рациональные признаки при эстетическом восприятии художественных произведений преобладают: чаще всего зрители обращают внимание на формальные признаки: технику исполнения и цвет картины;

3. Наиболее предпочитаемым направлением является реализм и импрессионизм, что, по всей видимости, обусловлено опытом реципиента;

4. Направление живописи и тип картины влияет на опыт эстетического восприятия и распределение признаков, определяющих этот опыт;

5. Желание плакать действительно является важной составляющей феноменологии эстетического опыта;

В эмоциональной составляющей эстетического опыта можно выделить следующие типы эмоций: эстетические, этические, гедонистические, повседневные эмоции, не относящиеся исключительно к ситуации восприятия картины.

### Ссылки

1. H. Leder et al. A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments // *British journal of psychology*. 2004. Т. 95, № 4. С. 489–508.

2. Shimamura A. P., Palmer S. E. *Aesthetic science: Connecting minds, brains, and experience*. 2012. 408 с.

3. Pelowski M. Tears and transformation: Feeling like crying as an indicator of insightful or «aesthetic» experience with art // *Frontiers in Psychology*. 2015. Т. 6. С. 1006.

4. Литературный энциклопедический словарь / под ред. В. Кожевникова и П. Николаева. М.: Советская энциклопедия, 1987. 752 с.

5. Ohlsson S. *Deep learning: How the mind overrides experience*. Cambridge University Press, 2011. – 540 с.

6. Palmer S. E., Schloss K. B. An ecological valence theory of human color preference // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2010. Т. 107, № 19. С. 8877–8882.

7. Menninghaus W. et al. What are aesthetic emotions? // *Psychological review*. 2019. Т. 126, № 2. С. 171–195.