Валерия Владимировна ТРИНЁВА

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВ В МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТАХ О СЕКСУАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

В статье представлены результаты окулографического исследования, центральной темой которого выступили механизмы восприятия визуальных образов реципиентами. Изображения для эксперимента отбирались на российских и зарубежных сайтах проектов о сексуальном образовании. Контрольные замеры особенностей восприятия производились на основе ответов испытуемых на вопросы неструктурированного интервью. В результате была произведена интегральная оценка визуальных образов, представленных в секс-просвет проектах.

Ключевые слова: *сексуальное образование, медиапроекты о сексуальном образовании, окулографическое исследование, визуальные образы, айтрекер, восприятие визуальных образов, спираль молчания.*

Valeriya V. TRINYEVA

THE SPECIFICITY OF PERCEPTION OF VISUAL IMAGES IN MULTIMEDIA PROJECTS ABOUT SEXUALITY EDUCATION

The article presents the results of an oculographic study, the central theme of which was the mechanisms of perception of visual images by recipients. Images for the experiment were selected on the websites of sex education projects in Russia and abroad. Control measurements of perception features were made based on the subjects' answers to the questions of an unstructured interview. As a result, an integral assessment of the visual images presented in sexual education projects was undertaken.

Keywords: *sexuality education, media projects on sexuality education, oculographic study, visual images, eye tracker, perception of visual images, spiral of silence.*

Тема полового воспитания остроактуальна сегодня, по крайней мере, в России, ведь в ней до сих пор отсутствует системная и налаженная коммуникация по данному вопросу. Если во многих западных странах программа сексуального образования органично встроена в образовательный процесс (в основном в школе, но в Швеции, например, начиная с дошкольного возраста), то в российской действительности существует множество препятствий к этому, в том числе в правовой области. Суммируя такие

ограничения (Александров 2021: http://), можно отметить наиболее важный закон «О защите детей от информации, причиняющий вред их здоровью и развитию» (принят в 2010 году), который запрещает демонстрацию изображений или описание половых взаимоотношений между разнополыми партнерами, а также пропаганду нетрадиционных сексуальных отношений. В 2013 году Россией была ратифицирована конвенция «О защите детей от сексуальной эксплуатации», она предполагает включение в школьную программу уроков сексуального просвещения. Однако серьезные шаги в этом направлении Россия так и не предприняла. А в 2019 году заявление министра просвещения РФ (на тот момент) Ольги Васильевой (о сексе необходимо рассказывать родителям, а не учителям; профилактика ВИЧ не связана с сексуальным просвещением) и вовсе свела к минимуму надежду на то, что в школе будут такие занятия. Таким образом, тема полового воспитания в российском обществе осталась табуированной: о ней практически не говорят ни в школах, ни в СМИ.

С повышением популярности новых медиа и интернет-проектов «закрытых» тем становится все меньше. В виртуальной среде существует и постоянно появляется достаточно большое количество проектов о сексуальном образовании. Среди наиболее известных, на наш взгляд, можно выделить такие:

1) зарубежные: OMGYes, Purpur, Unbound Babes, Planned Parenthood, Refinery29 Sex School, O. School, DipSea, Pillow, Lumi Dolls, MakeLovePorn, Modern Fertility, All over seks, Zanzu («Мой организм в словах и картинках»), «Вперше», MysteryVibe, Tabú, We-Connect, Crave, сериал Sex Education, сериал Pubertet, Happy Couple, Unbound, KinkBNB и др.;

2) российские: Sexprosvet, «Двор», «Маша, давай!», Badoo Hotline, «СЕКС.РФ», блог Nikonova. Online, телеграм-бот «Русский секс», Pure.

Простое перечисление медиапроектов показывает, что их достаточно много, доступ к некоторым их них ограничен только по возрасту. Пользователь должен выбрать, сколько ему лет, чтобы был доступен контент определенной тематики, или просто указать, что он преодолел возрастной лимит, который ограничен чаще всего 14 годами в зарубежных проектах, 18 – в российских.

Кажется, несмотря на то что более или менее системного подхода к половому образованию в России нет, в интернете присутствует целый арсенал проектов об этом в различных форматах и формах, рассчитанных практически на любую аудиторию и возраст. Например,

медиапроект All over seks представляет собой буквально энциклопедию знаний обо всем, что связано с интимной стороной жизни, там открыто обсуждаются различные вопросы, есть возможность онлайн-консультации с экспертами, материалы подаются в основном в форматах: видео плюс текст или изображения плюс текст. В целом, визуальные образы (фотографии, изображения, рисунки и др.) имеют большое значение для восприятия и понимания текстовой информации, особенно в сфере массовой коммуникации.

Зрительное восприятие визуального объекта – не пассивный процесс, а активное изучение, осложненное рядом факторов: это и соотнесение того, что человек видит, с контекстом или предыдущим своим опытом; и степень сложности или простоты самого наблюдаемого объекта; и субъективные качества реципиента; и его, смотрящего, эмоциональное состояние и мн. др. (Елина 2008: 20-21). Все эти условия и режимы, на наш взгляд, можно объединить понятием мультимодальности. Мультимодальность – это «вид коммуникативных ситуаций, включающий различные семиотические модусы, нацеленный на повышенную эффективность коммуникации (Дёгтева 2019: 92). Именно понимание процесса восприятия визуальных образов в проектах о сексуальном образовании как сложного и активного вида деятельности, на который влияет множество внутренних и внешних факторов, стало основой нашего экспериментального исследования.

Объектом нашего **изучения** стали визуальные образы в проектах о половом воспитании, а **предметом** – специфика их восприятия реципиентами в России.

Процедура исследования. Исследование было направлено на изучение закономерностей зрительного восприятия образов, выбор которых обусловлен контекстом – темой: проекты о сексуальном образовании. Исследование реализовывалось последовательно в три этапа, следуя логике модели восприятия объектов, операционно проходящей как минимум три коммуникативные фазы:

- предкоммуникативная (индивидуальные психологические установки реципиента, его привычки восприятия – можно сказать, эта стадия длится всю жизнь человека до момента встречи с объектом восприятия);
- коммуникативная (сам процесс восприятия человеком объекта);
- посткоммуникативная (фаза оценки и рефлексии, переживание увиденного, формирование отношения) (Елина 2008: 21-22).

Опираясь на модель восприятия объектов, на первом этапе мы провели неструктурированное интервью, которое должно было выявить, знаком ли реципиент с проектами о сексуальном образовании, как он относится к данной теме. На втором этапе провели окулографический эксперимент с помощью айтрекера: демонстрировали отобранные изображения испытуемым, а те могли свободно их рассматривать. И на третьем этапе (сразу после знакомства с визуальными объектами) мы провели контрольное неструктурированное интервью, в ходе которого респондент должен был попытаться осмыслить то, как он смотрел, описал свои эмоции от увиденного, свое отношение к нему.

Итак, путем контент-анализа нами были отобраны 6 разноплановых по тематической привязке и функциям изображений, опубликованных в различных медиапроектах о сексуальном образовании:

1 картинка – крупное изображение презерватива без упаковки на нейтральном однотонном фоне;

2 картинка – изображение живота беременной женщины «в разрезе», напоминает медицинский обучающий плакат;

3 картинка – картина, выполненная акварелью, на которой изображены женщина и мужчина, полностью одетые и лежащие на кровати. Их окружает спокойная домашняя обстановка, между ними спит кошка;

4 картинка – черный силуэт обнаженной женщины у окна за задвинутыми занавесками;

5 картинка – физиологическое изображение обнаженных людей разного пола и возраста, сопровождается надписями;

6 картинка – изображение крупным планом процесса выдавливания прыща на лбу.

В качестве **испытуемых** настоящего эксперимента выступили студенты и преподаватели факультета журналистики института общественных и массовых коммуникаций НИУ «БелГУ» мужского и женского пола в возрасте 18-45 лет. Условия именно такой ограниченной выборки были продиктованы рядом объективных причин (привязкой к определенной локации айтрекера; ограничениями, связанными с COVID-19 на момент проведения исследования).

Анализ результатов эксперимента. Перед проведением исследования нами была выдвинута гипотеза о том, что **на**

восприятие картинок будет влиять пол испытуемого. Мы предположили, что мужчины будут смотреть на главный выделяющийся объект на экране и не отвлекаться на второстепенные объекты, а женщины будут больше обращать внимание на фон, детали, окружающую среду и посторонние объекты. Данная гипотеза подтвердилась. Более того, каждая женщина обращала внимание на текст, в то время как мужчины в основном не читали текст вовсе, а сразу направляли своё внимание на «цепляющий» предмет. Например, после просмотра всех картинок на вопрос «На что вы первым делом обращаете внимание?» почти все респонденты женского пола отвечали: «На ладошку, на волосы, на талию, на пальцы». В то время как все респонденты мужского пола на этот же вопрос отвечали: «В центр картинки, если тело девушки, то исключительно на тело девушки; если в центре прыщ, то только сразу на прыщ».

Большинству респондентов понравилась одна и та же картинка. Это выступило единственным объединяющим фактом. На картинке было изображение пары в постели, на которой спал кот. Многие отмечали спокойствие и уют, которые возникают в процессе восприятия изображения, а также утверждали, что это изображение подходит для демонстрации романтических взаимоотношений между мужчиной и женщиной.

Анализируя данные, полученные с помощью айтрекера и в ходе неструктурированного интервью, мы отметили следующие **закономерности восприятия визуальных образов реципиентами**:

1. Если на экране один объект, то взгляд нацелен на него (особенно у испытуемых мужского пола).

2. Если в изображении есть что-то неприятное или наоборот вызывающие положительные эмоции, взгляд направлен исключительно на этот объект. Например, процесс выдавливания прыща и кошка, которая лежала в постели с парой, – многие реципиенты обратили внимание на эти объекты и вспомнили их во время неструктурированного интервью после.

3. Если объекты расположены в линию по росту – от низкого человека к высокому (картинка с обнаженными людьми), то взгляд большинства перемещался от низкого (детей) к высокому (родителям), а потом уже хаотично перемещался по изображению.

4. Если на картинках присутствует текст, то девушки обязательно прочитывали его, перемещая взгляд от буквы к букве, а затем

рассматривали визуальное изображение, мужчины же действовали наоборот.

5. Если на картинке было что-то неприятное для испытуемого, он старался не смотреть на это долго (например, картинка с выдавливанием прыща и презерватив маркировались реципиентамиименно так). Процесс «смотрения» протекал таким образом: сначала реципиенты смотрели на крупное изображение прыща, затем как можно скорее перемещали свой взгляд, рассматривая волосы, цвет глаза, ладонь, пальцы изображенного человека.

6. Если в кадре были люди в полный рост, то респонденты смотрели на них снизу вверх и слева направо.

7. Если на изображении были представлены несколько объектов, то взгляд всё равно был всегда направлен слева направо.

8. Если картинка была приятна человеку, то он осматривал и обстановку, какие-то детали изображения. Например, на визуальный образ пары с кошкой все смотрели практически одинаково: на изображение в целом, затем слева и направо – мельком женщина, мужчина, находили взглядом кошку, ее рассматривали долго. И вспоминали в интервью кошку тоже, некоторые реципиенты даже называли ее цвет, оценивали образ в целом как милый.

9. Если на картинке изображалось анатомическое строение человека (например, люди разного возраста и живот беременной «в разрезе»), то человек, заранее зная из школьных учебников, что такие картинки всегда сопровождаются стрелочками и подписями, начинает невольно проводить параллель (текст-стрелка-что означает).

В ходе проведенного исследования мы пришли к выводу, что не только пол влиял на особенности восприятия визуальных объектов, но и возраст, ожидания от визуального наполнения проектов о сексуальном образовании, а также общая готовность обсуждать данную тему (степень открытости к диалогу в плане полового воспитания).

Итак, **возраст**. Чем старше был человек, тем активнее он знакомился с изображениями, старался рассмотреть детали, делился в ходе просмотра эмоциями от увиденного. Испытуемые 18-19 лет старались смотреть только в центр изображения, не задерживали взгляд на обнажённых частях тела или изображении презерватива. Люди старшего возраста знакомились с контентом по-другому: читали текст на картинках, соотносили прочитанное с изображением частей тела.

Ожидания от визуального наполнения таких проектов

фиксировались в интервью до окулографического исследования. На вопрос о том, каким должен быть визуальный контент проектов о сексуальном образовании, мы получали разные ответы: 1) «спокойным и милым, чтобы не травмировать психику детей»; 2) «в стиле плакатов на уроках биологии»; 3) «довольно откровенным и соответствующим действительности» и др. Сравнивая потом ответы респондентов с тем, как они смотрели и рефлексировали после просмотра, можно четко проследить зависимость отношения к картинкам от ожиданий определенного респондента.

И, наконец, последний фактор – это готовность открыто обсуждать данную тему. Среди бакалавров 1-2 курса большинство респондентов не хотели обсуждать увиденное, отшучивались. Они отмечали, что реалистичности и натуралистичности в визуальных образах не должно быть; знакомить с темой детей стоит аккуратно. На вопрос, встречали ли они проекты о сексуальном образовании в сети, многие ответили утвердительно, но только респонденты более старшего возраста – преподаватели смогли назвать несколько, уточнив, что знают только название. Такую реакцию и такое отношение к визуальному наполнению проектов можно связать, на наш взгляд, с одним из известных феноменов медиатизации общественной повестки – «спиралью молчания» Э. Ноэль-Нойман. Суть феномена – «стремление людей не артикулировать (скрывать) свою точку зрения, если они не совпадает с общепринятой» (Черных 2015: 77). Отсутствие в России механизмов включения в общественную и педагогическую повестку темы сексуального образования, ее подчеркнутая табуированность приводят к нежеланию уже взрослых людей разобраться в этой теме глубже, рассматривать ее как важную и заслуживающую внимания. Это в основном и подтвердили результаты настоящего эксперимента.

Стоит отметить, что процессы перцепции, осложнённые контекстом ситуации, в которую погружены визуальные образы, приобретают мультимодальный характер, с одной стороны, глубоко персонализированный, а с другой стороны, имеющий определённые закономерности, которые можно выявить.

Список литературы

Александров И. Россия: быть или не быть половому просвещению в школах? // eurasianet.org. 2021. 3 февраля. URL: https://russian.eurasianet.org (дата обращения: 20.02.2022).

Дёгтева И.С. Мультимодальность. Базовые принципы, способы исследования и методы анализа (Текст) / И.С. Дёгтева // Проблемно-ориентированное введение. Метод. – 2019. №9. 92 с.

Елина Е.А. Семиотика рекламы. М.: ИТК «Дашков и К», 2008. 53 с.

Сексуальное образование в школах России // Imhomir. 2015. 15 мая. URL: https://imhomir.com/blog/Semyia/10628.html (дата обращения: 20.02.2022).

Черных А.И. Ритуалы и мифы медиа. М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив; Гнозис, 2015. 160 с.

ТРИНЁВА Валерия Владимировна – магистрант направления подготовки «Медиакоммуникации» Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, trineva.valeriya.99@mail.ru

Научный руководитель – *БЕЛОЕДОВА Анна Викторовна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород.