



оригинальная статья

## Семантическая структура образа киногероя, предпочитаемого подростками

Скорова Лариса Владимировна

Иркутский государственный университет, Россия, Иркутск  
<https://orcid.org/0000-0002-7849-8625>

Scopus Author ID: 57208554057  
larisa.skorova@gmail.com

Суворова Дарья Константиновна

Иркутский государственный университет, Россия, Иркутск  
Scopus Author ID: 57422036300

Поступила в редакцию 08.08.2022. Принята после рецензирования 24.10.2022. Принята в печать 25.11.2022.

**Аннотация:** Представлены результаты исследования семантики образа предпочтаемого подростками кино-героя. Методологической основой исследования выступил психосемиотический подход к анализу контента. Для выявления семантической структуры образа использовались проективный метод, личностный дифференциал, контент-анализ, факторный анализ. В рамках качественного контент-анализа незаконченных предложений и постов (сообщений) о предпочтаемом киногерое определены 8 категорий и 19 соответствующих им единиц анализа. Единицы счета: появление / непоявление выделенных единиц в тексте и частота их появления. Матрицы случайностей (Ч. Осгуд) позволили установить меру случайности совпадения классификационных единиц, у которых она  $\geq 70\%$ , со всеми остальными по категориям. Интегративная семантическая структура образа предпочтаемого киногероя определяется факторами экстраверсии, миролюбия, решительности и автономности; категориями и содержательными единицами (включающими смысловое наполнение факторов): а) половая принадлежность (предпочитаемый герой – мужчина); б) внешность (внешний вид); в) интеллект (умственные способности); г) взаимодействие (взаимодействие с другими людьми); д) личностные характеристики (нравственно-волевые качества, отношение к окружающим, отношение к трудовой деятельности; е) поступки и / или действия (борьба за справедливость, активность ради других, готовность совершать поступки); ж) отношение к и / или в семье (готовность совершать поступки ради семьи).

**Ключевые слова:** семантика, образ, кинонарратив, киногерой, контент-анализ, матрица случайностей, факторный анализ

**Цитирование:** Скорова Л. В., Суворова Д. К. Семантическая структура образа киногероя, предпочитаемого подростками. СибСкрипт. 2023. Т. 25. № 2. С. 183–192. <https://doi.org/10.21603/sibscript-2023-25-2-183-192>

full article

## Semantic Structure of a Movie Hero Favored by Teenagers

Larisa V. Skorova

Irkutsk State University, Russia, Irkutsk  
<https://orcid.org/0000-0002-7849-8625>

Scopus Author ID: 57208554057  
larisa.skorova@gmail.com

Daria K. Suvorova

Irkutsk State University, Russia, Irkutsk  
Scopus Author ID: 57422036300

Received 8 Aug 2022. Accepted after peer review 24 Oct 2022. Accepted for publication 25 Nov 2022.

**Abstract:** The authors used the psychosemiotic content analysis, projective method, personal differential, and factor analysis to study the semantics of a movie character preferred by teenagers. An incomplete-sentence test and a blog analysis revealed eight categories and nineteen corresponding analysis units based on the occurrence / non-occurrence of selected units in the text and their frequency. Osgood's matrices revealed the measure of the random coincidence of classification units ( $\geq 70\%$ ) with other categories. The integrative semantic structure of the favored movie hero was determined by such categories and content units as a) gender (male); b) appearance (look); c) intellect (mental abilities); d) interaction (relations with other people); e) character traits (moral and volitional qualities, attitude to others, attitude to work); f) actions (struggle for justice, readiness to do something for others); g) attitude to the family (willingness to sacrifice with something for the family).

**Keywords:** semantics, image, film narrative, film character, content analysis, randomness matrix, factorial analysis

**Citation:** Skorova L. V., Suvorova D. K. Semantic Structure of a Movie Hero Favored by Teenagers. *SibScript*, 2023, 25(2): 183–192. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/sibscript-2023-25-2-183-192>

## Введение

Как правило, понятие образ используется при анализе произведений любого вида искусства, в том числе при анализе образов киноперсонажей. Посредством образа как формы истолкования и освоения мира режиссер транслирует собственное понимание мира, в то время как зритель осваивает мир, представленный автором, через образы. И далее сам фильм через образы влияет на зрителя, воздействуя на его представления о мире, отношения к себе и другим людям. Транслируемый в киноарривативе образ считывается подростками и принимается за основу для реального проживания жизненных ситуаций. Сюжетное содержание киноарриватива играет значимую роль в становлении личности подростка, скрыто воздействует на нее, а также явно транслирует определенные формы поведения и взаимодействия с окружающими посредством передаваемых образов.

В научной литературе проблема восприятия художественного образа затрагивается довольно часто в различных областях гуманитарного знания: литературоведении, лингвистике, психологии, а сама категория *образ* имеет немало дефиниций [Урусова 2021]. Огромный вклад в исследование психологического феномена образа внесли С. Л. Рубинштейн, А. Н. Леонтьев, П. Я. Гальперин, Б. Г. Ананьев, Н. А. Бернштейн, Л. М. Веккер, Л. С. Выготский, В. П. Зинченко, С. Д. Смирнов и др. В психологии понимание образа обусловливается целостной картиной мира, которая характеризуется субъективностью. Субъективность, в свою очередь, обусловливается, во-первых, тем, что образ опосредован отдельной особенностью организующего его субъекта, во-вторых, воздействием индивидуально-личностных и характерологических особенностей человека в понимании образа. Образ представляется условием деятельности образного мышления, определяется индивидуальной картиной мира, включая самого субъекта деятельности, его окружение и событийное проживание времени, а также моделью реальности, в которой объединяется субъективное и объективное в результате отражения реальной действительности. Образ, являясь продуктом взаимодействия индивида и мира, порождает и описывает действительность [Клищевская 2016].

Восприятие образа определяется замыслом его создателя и индивидуально-личностными особенностями воспринимающего. Кинопродукция посредством

художественного слова транслирует важные сообщения в массы, воздействуя на впечатления, значения, смыслы, ценности, установки человека, его отношение к реальности и окружающим. Киноарривативу принадлежит ведущая роль в современных общественных трансформационных процессах в условиях массового спроса на кинопродукцию [Белоножко 2017].

Несоответствие транслируемых идеальных образов реалиям современного общества определяет проблему восприятия образа киногероя, скрыто воздействующего на сознание и поведение современных подростков, которые неосознанно соотносят себя с ним. Транслируемый образ киногероя, оказывая воздействие на подростка, становится примером для подражания.

В нарратии киноиндустрии заложены основы, способствующие укреплению определенных поведенческих моделей и сценариев [Бугаева 2012]. Это передается посредством киносценария через развитие персонажа, его рост или деградацию в рамках сюжета. Научение через подражание модели – один из механизмов воздействия киноарриватива на психическое развитие ребенка подросткового возраста. В случае, если наблюдаемая модель рассматривается подростком как действенная, значимая и эффективная, то она служит для него прототипом для подражания в реальной жизни [Кравченко 2015].

Сюжетная линия киноперсонажа в тексте сценария, сочетающая в себе вербальные и иконические компоненты, образует визуально-структурно-смысловое единство [Панкова 2020]. В совершенстве зрителю транслируется единый образ киногероев, компилирующий индивидуальный опыт, мировоззрение и ценности. Киноперсонаж выступает своего рода «сообщением очень большой сложности, смысловая емкость которого определена... сложностью семантической организации» [Лотман 1998: 362]. При этом образ всегда будет иметь личностный смысл, т.к. его содержание будет определяться зрителем.

Зритель в определенные сюжетные линии при восприятии кинофильма идентифицирует себя с тем или иным киногероем [Бахтин 2000; Лотман 1998]. В результате происходит проникновение зрителя в смысловое содержимое киноарриватива. Образы киногероев, таким образом, выступают своеобразными ловушками для самосознания зрителя. В киноарривативе такой ловушкой служит главный герой фильма, который

является «билетом» вхождения в мир кинофильма: зритель погружается в кинореальность, проживает жизнь персонажа, переживает его эмоции, сопереживает ему. Кинообраз, с одной стороны, «предельно приближен к жизненному, сознательно ориентирован на удаление от театральности и искусственности», с другой стороны – «семиотичен, насыщен вторичными значениями, предстает перед нами как... цепь знаков, несущих... дополнительные смыслы» [Лотман 1998: 356]. Киноперсонаж увеличивает семиотичность тех сообщений, которые он несет [Лотман 1998: 357].

Влияние кинонарратива на психическое и физическое здоровье подростков представляется актуальным и активно изучается представителями различных областей научного знания. Киногерои через транслируемые переживания передают эмоции, способствуя формированию у зрителей как позитивных, так и негативных образов персонажей. Обнаружена взаимосвязь между кинопредпочтениями молодежи и их ценностными ориентациями [Кубрак 2022]. Исследуются роль героев и жертв в формировании социально-культурной идентичности [Тульчинский 2014], психологические особенности восприятия экраных образов [Познин 2021], особенности семантики образа персонажа в сознании современников [Кыштымова, Ангеловска 2018], особенности восприятия подростками героев кинонарратива, находящихся в ситуации нравственного выбора [Skorova, Suvorova 2021]. Большое внимание уделяется факторам, влияющим на восприятие художественного образа: эмоциональному состоянию воспринимающего, его индивидуальным и возрастным особенностям, ситуационной обусловленности, культурно-историческим обстоятельствам времени и др. [Преснякова 2017; Скорова, Сылко 2019]. Обосновывается, что образ героя способствует формированию модели поведения в сложных ситуациях [Кыштымова, Ангеловска 2018]. Отмечается, что восприятие киногероя подростками определяется субъективным опытом проживания ситуаций, транслируемых персонажами [Skorova, Suvorova 2021]. Кроме того, обосновывается, что кино обеспечивает удовлетворение эмоциональных потребностей людей [Baveye et al. 2018]. Отмечается как положительное, так и отрицательное влияние киноконтента на зрителя [Baveye et al. 2018; Leeuw, Laan 2018], отсутствие четких критериев определения его потенциала [Плотникова, Болотин 2017].

Аргументируется воспитательное воздействие фильмов [Kyshtymova, Kyshtymova 2019], саундтреков к ним и их роль в конструировании сознания детей и подростков [Porta 2015]. Обосновывается роль фильмов в содействии осмысливания жизни и успешности социального функционирования [Dill-Shackleford et al. 2016].

Вместе с тем констатирован дефицит внимания к вопросу восприятия потребителями контента визуальных кодов, способствующих тому, что образ героя приобретает метафорический характер [Познин 2017].

В исследованиях о роли кинонарратива в подростковом возрасте описываются этапы восприятия художественного образа: 1) непосредственно эмоциональное переживание кинонарратива, в результате формируется целостный образ переживания; 2) осмысленность неординарности своего переживания, выделяемая подростками на основе анализа свойств и характеристик транслируемого нарратива; 3) возникновение ответной эмоции, что способствует пониманию авторского замысла кинонарратива.

В результате у подростка происходит процесс рождения нового образа мира посредством диалога с культурой авторского художественного образа. Таким образом, художественный образ влияет на сознание подростка и формирует его мировоззрение [Панкова 2020].

Исследователи подчеркивают, что именно с помощью киносценариев нарратива происходит «оказание идеологического влияния на настроения, мнения, оценки, решения и поведение масс людей вообще и отдельных личностей», «изменение и поддержка установок аудитории; превращение их в убеждения; формирование внутренней готовности воспринимать или интерпретировать какой-либо объект или эпизод действительности определенным образом» [Белоножко 2017: 243].

К сожалению, большинство современных фильмов теряют свое положительное содержание, транслируя в массы искаженные нормы и правила, провоцируя жестокость и насилие у подрастающего поколения. Вместе с тем у современной молодежи возрастает спрос на кинопродукцию, дающую правильные ориентиры, пропагандирующую правильные установки и ценности [Карпова и др. 2021].

Несмотря на изобилие исследований о восприятии художественного образа кинонарратива, нет определено назначеннной методологией изучения парадокса зрительского восприятия в целом [Шкурихин 2018]. Очень непросто анализировать восприятие образов как целостности единичным зрителем – носителем оригинального порядка – психического субъективного мира. Образ создается в результате обыденного или научного понимания ради утверждения наружного сходства с отображаемым объектом или явлением. Однако художественный образ реализуется посредством созидающей позиции к отражаемой действительности. В таком случае художественный образ наполнен эмоционально-чувственной оценкой зрителя и сосредоточивает в себе духовную энергию культуры, в контексте которой он составлен [Преснякова 2017].

У зрителя появляется индивидуальный субъективный зрительный образ, объединяющий в себе его личный житейский опыт и эстетические предпочтения [Преснякова 2017]. Каким бы целостным не было содержание кинонарратива, восприятие художественных образов субъективно со стороны зрителя. В условиях одного и того же нарратива образ может быть непостоянным не только в восприятии разных наблюдателей, но и одного и того же зрителя, в частности в зависимости от сопутствующих условий окружения. В таком случае художественный образ инициирует существование своей отдельной независимой жизни, при этом «обрастая» новым смыслом.

Цель – выявить и описать семантическую структуру образа предпочитаемого киногероя подростками. Мы исходили из предположения о том, что семантическая структура образа предпочитаемого киногероя подростками определяется оценкой внешнего вида, отношением к трудовой деятельности, нравственно-волевыми качествами, отношением к окружающим, оценкой умственных способностей, взаимодействием с другими людьми, готовностью совершать поступки.

## Методы и процедура исследования

Методологической основой исследования выступил психосемиотический подход к анализу контента. Мы опирались на алгоритм психосемиотического анализа медиатекстов И. М. Кыштымовой [Кыштымова 2017; 2018], а также на положения о социально-психологическом феномене кино (Д. Блотнер, Ж. Мюнстерберг, В. С. Собкин, О. С. Маркина) и формах кинотекста (Н. И. Жинкин, А. А. Леонтьев, Ю. М. Лотман), на положение о кино как средстве психотерапевтического воздействия и коррекции (Е. П. Кораблина, А. А. Плескачевская) и как динамической системе зрительных и слуховых образов и их восприятия (Н. И. Жинкин, Дж. Гибсон, В. Ф. Петренко).

На разных этапах исследования и в зависимости от задач использовались теоретические (анализ и обобщение литературы по проблеме), эмпирические (опрос), проективные методы, метод экспертных оценок, контент-анализ.

С целью выявления кинопредпочтений и формирования выборки исследования проводился опрос. Подросткам предлагалось ответить на вопросы, касающиеся предпочитаемого жанра кинофильма и предпочитаемого киногероя (его характера, поведения, действий и пр.). На основе оценок экспертов – магистрантов-психологов, прошедших подготовку по психологическому анализу медиатекстов, описания выбранных подростками киногероев были структурированы и типологизированы. В выборку включены подростки 15–16 лет ( $n = 50$ ), предпочитаемые

герои которых идентичны (один и тот же персонаж) или схожи по своим проявлениям в однотипном киножанре.

Проективная методика «Незаконченные предложения» использовалась для выявления и описания особенностей восприятия старшими подростками структуры образа предпочитаемого киногероя. Испытуемым предлагалось закончить несколькими словами 27 составленных нами предложений. Все предложения условно были поделены на 3 блока: внутренняя и внешняя привлекательность киногероя (10 предложений); действия и поступки киногероя (9 предложений); оценка / поддержка киногероя (8 предложений): *Мне хотелось бы посоветовать..., Если он был бы моим другом..., Я хотел бы с ним встретиться, чтобы..., Я мог бы сравнить его..., Меня беспокоит, что я не могу с ним поделиться..., Если меня спросят: «Добро или зло он приносит?», я отвечу..., По сравнению с другими персонажами этого фильма, он..., Мне хочется помочь ему, когда..., Думаю, что он способен, чтобы... и т. д.* Обработка результатов осуществлялась путем качественного (содержательного) и количественного (с использованием матрицы случайностей Ч. Огуда) контент-анализа, и на основе этого определялась структура предпочитаемого образа киногероя.

Кроме того, подросткам предлагалось написать пост (письмо-сообщение) на тему «Я о своем любимом киногерое», в котором необходимо ответить на вопросы: *Какой он? Как он выглядит? Как относится к окружающим? Какими чертами характера обладает? Что для него важно? Главные ценности в его жизни?* Анализ постов о киногерое также осуществлялся с использованием метода контент-анализа. Качественный контент-анализ позволил выделить категории и единицы анализа текстового содержания для определения семантической структуры образа предпочитаемого киногероя. Методом количественного контент-анализа (с использованием матрицы случайностей Ч. Огуда) определялась случайность / неслучайность совпадения единиц.

Для обнаружения факторов, определяющих семантику предпочитаемого киногероя, и для исследования эмоционально-личностного отношения старших подростков к образу предпочитаемого киногероя использовался «Личностный дифференциал». Испытуемым предлагалось оценить образ по предложенным шкалам. Полученные данные были подвергнуты математической обработке с использованием статистического пакета SPSS-22. Оценочные маркеры выявлялись на основе факторного анализа (метод максимального правдоподобия с вращением варимакс). Надежность вычисления корреляционной матрицы и возможность факторного анализа обеспечивались тестом Кайзера-Мейера-Олкина (КМО) и критерием сферичности Бартлетта.

## Результаты

### Этап I

Определены 8 категорий контент-анализа; в качестве лингвистических элементов, содержащихся в текстах, для каждой категории выбраны соответствующие единицы анализа A–S (табл. 1). В качестве единицы счета установлена количественная мера взаимосвязи явлений: появление / непоявление выделенных единиц в тексте и частота их появления. Для регистрации единиц анализа составлялась кодировальная матрица. Выделенные единицы анализа определили семантическую структуру образа предпочтаемого киногероя. Указанные категории и единицы использовались при анализе незаконченных предложений и постов.

### Этап II

Проведен анализ предложений и текстов постов по единицам анализа выделенных категорий с мерой случайности совпадения  $\geq 70\%$  (табл. 1). Их представленность в предложениях и постах разная.

По завершению предложений было обнаружено, что предпочтаемый подростками киногерой – мужчина. Внешне выглядит просто, не вызывающе, как обычный человек, ничем не выделяется среди других людей. В его внешности нет ничего такого, что заставило бы окружающих обратить на него внимание. Он очень умный, с высоким интеллектом, *его разум провоцирует интерес у окружающих своей неоднозначностью*. При этом подростки отмечали, что он достаточно скрытен: предпочитает не высказывать открыто свои мысли и не показывать своих чувств, быть сдержаным (отсутствует яркость и глубина выражения эмоций). Предпочитаемый киногерой стремится к уединению, *не любит шумных компаний*. Одиночество вдохновляет его на новые свершения, а ситуации знакомства с новыми людьми вызывают большие трудности. Его круг общения небольшой, очень мало близких друзей. Преобладают следующие черты характера: храбрость, решительность, честность, целеустремленность,

Табл. 1. Контент-анализ семантической структуры образа предпочтаемого киногероя

Tab. 1. Semantic structure of a movie hero favored by teenagers: a content analysis

Категория	Единицы анализа	Мера случайности совпадения, %	
		Предложения	Посты
Пол	Предпочитаемый герой мужчина / женщина (A)	92	0
Внешность	Оценка внешнего вида (B)	74	0
	Отношение к внешнему виду (C)	6	0
Интеллект	Оценка умственных способностей (D)	88	0
	Оценка качеств (E)	30	0
Эмоциональность	Оценка эмоционального состояния (F)	56	0
	Оценка эмоционального комфорта (G)	34	30
Взаимодействие	Взаимодействие с другими людьми (H)	76	16
	Индивидуализм (I)	10	0
Личностные характеристики	Нравственно-волевые качества (J)	86	92
	Отношение к окружающим (K)	70	56
	Наличие лидерских качеств (L)	54	0
	Отношение к трудовой деятельности (M)	78	70
	Чувство юмора (N)	28	0
Поступки и / или действия	Борьба за справедливость (O)	74	0
	Активность ради других (P)	94	72
	Готовность совершать поступки (Q)	80	0
Отношение к и / или в семье	Наличие семьи (R)	0	58
	Готовность совершать поступки ради семьи (S)	0	70

трудолюбие, отзывчивость, замкнутость, самодостаточность, справедливость, сдержанность. Его действия и поступки, направленные на окружающих, можно охарактеризовать как конструктивные и высоконравственные. Он стремится оказать помощь нуждающимся, когда это необходимо. Он готов бороться за справедливость, пожертвовав собой ради спасения других. Такой образ киногероя вызывает восторг и восхищение у старших подростков. Если такой киногерой был бы их другом, они были бы очень рады и стремились бы к совместной деятельности, занимались бы интересными делами. Подобное представление об образе развивает у подростков чувство эмпатии, способность сопереживать и распознавать эмоции предпочитаемого киногероя. Если у них была бы возможность быть рядом с героем, они успокоили бы его, помогли бы ему, поддержали бы в трудную минуту. В восприятии образа предпочитаемого киногероя старшие подростки делают больший акцент на его действия, поступки и личностные характеристики, чем на внешность. Интерес у подростков вызывает не внешность, а личность киногероя.

Контент-анализ постов обнаружил представленность по следующим категориям анализа:

- Личностные характеристики. Киногерой характеризуется как смелый, решительный, целеустремленный и справедливый человек (J); настоящий герой, который готов спасти Вселенную, жертвовать собою ради благополучия других, чуток и отзывчив в отношении друзей (K). Его малый круг общения прямо пропорционален большой силе ответственности за него. Подавляющее большинство участников исследования описывает киногероя как успешного и самодостаточного профессионала своего дела, который очень много трудится для своего блага и для блага его семьи (M).

- Отношение к и / или в семье. Несмотря на то, что *его ничто не останавливает* на пути к достижению успеха, он остается добрым, отзывчивым и милосердным к своему окружению. Его семейные взаимоотношения – главная ценность в жизни. Он создает свою семью, не забывая и почитая своих родителей. Он не просто дарит любовь и тепло своим родным, он готов пойти на все ради них (S).

### Этап III

Для обоснования семантической структуры образа предпочтаемого киногероя строились матрицы случайностей (Ч. Осгуд), позволяющие определить меру случайности совпадения тех классификационных единиц, у которых она составляет  $\geq 70\%$ , со всеми остальными по категориям, выделенным в результате качественного контент-анализа незаконченных предложений (табл. 2) и постов (табл. 3) о предпочтаемом киногерое.

Сравнение ожидаемых и реальных совпадений единиц анализа показало, какие фактические зависимости оказались неслучайными. При условии, когда реальное совпадение выше ожидаемого, совместное проявление единиц неслучайное. Каждая единица анализа имеет как минимум два неслучайных совместных проявлений единиц. Отметим, что лингвистические элементы O и Q имеют неслучайное совместное проявление с большинством представленных единиц анализа (табл. 2).

Единицы анализа M и S имеют максимальное число неслучайных совместных проявлений между собой. Лишь единица J в совместном появлении с единицей P является случайной зависимостью, т.к. реальное совпадение единиц меньше ожидаемого (табл. 3).

Результаты анализа матрицы случайностей совпадения доказывают целесообразность использования единиц анализа для составления семантической структуры образа киногероя.

Таким образом, семантическая структура образа предпочтаемого киногероя определяется следующими категориями и содержательными единицами:

- пол – A;
- внешность – B;
- интеллект – D;
- взаимодействие – H;
- личностные характеристики – J, K, M;
- поступки и / или действия – O, P, Q;
- отношение к и / или в семье – S.

Отметим, что в двух видах текстов (и в предложениях, и в постах) представлены лингвистические элементы нравственно-волевые качества, отношение к трудовой деятельности (категория Личностные характеристики); активность ради других (категория Поступки и / или действия). При этом готовность совершать поступки – наиболее значимый элемент в текстах подростков. Вместе с тем не обнаружены устойчивые связи по категории Эмоциональность с элементами оценка эмоционального состояния и оценка эмоционального комфорта. Вероятно, это связано с рациональной оценкой подростками личных качеств героя и его действий в сюжетной линии фильма, а также с выделением тех характеристик, которые наиболее интересны им и привлекают внимание при просмотре.

### Этап IV

Полученные данные по оценке образа предпочтаемого киногероя с использованием личностного дифференциала были подвергнуты процедуре факторного анализа методом главных компонентов. В результате выделены четыре фактора, определяемые в порядке уменьшения их значимости как факторы экстраверсии, миролюбия, решительности, автономности. Вращение факторов сошло за 10 итераций.



Табл. 2. Матрица случайностей совпадения (по текстам завершенных предложений)

Tab. 2. Matrix of random coincidences: complete sentences

Реальное совпадение	Ожидаемое совпадение									
	A	B	D	H	J	K	M	O	P	Q
A	-	0,68	0,80	0,69	0,79	0,64	0,71	0,68	0,86	0,73
B	<b>0,78</b>	-	0,65	0,56	0,63	0,51	0,57	0,54	0,69	0,59
D	0,50	<b>0,70</b>	-	0,66	0,75	0,61	0,68	0,65	0,82	0,70
H	0,30	<b>0,56</b>	<b>0,78</b>	-	0,65	0,53	0,59	0,56	0,71	0,60
J	0,63	0,40	0,56	<b>0,78</b>	-	0,60	0,67	0,63	0,80	0,68
K	<b>0,70</b>	<b>0,67</b>	0,47	0,45	<b>0,70</b>	-	0,54	0,51	0,65	0,56
M	<b>0,80</b>	0,40	0,65	<b>0,68</b>	<b>0,80</b>	<b>0,67</b>	-	0,57	0,73	0,62
O	<b>0,70</b>	<b>0,80</b>	<b>0,68</b>	<b>0,60</b>	<b>0,79</b>	<b>0,59</b>	<b>0,59</b>	-	0,69	0,59
P	<b>0,86</b>	0,57	0,48	0,37	0,50	<b>0,68</b>	0,46	<b>0,84</b>	-	0,75
Q	0,67	<b>0,70</b>	0,69	<b>0,58</b>	<b>0,70</b>	<b>0,75</b>	<b>0,70</b>	<b>0,72</b>	0,68	-

Прим.: Полужирным шрифтом выделены неслучайные совпадения проявления единиц анализа.

Табл. 3. Матрица случайностей совпадения (по текстам постов)

Tab. 3. Matrix of random coincidences: blog entries

Реальное совпадение	Ожидаемое совпадение			
	J	M	P	S
J	-	0,64	0,66	0,64
M	<b>0,78</b>	-	0,50	0,49
P	0,50	<b>0,65</b>	-	0,50
S	<b>0,89</b>	<b>0,67</b>	<b>0,75</b>	-

Прим.: Полужирным шрифтом выделены неслучайные совпадения проявления единиц анализа.

Обозначим шкалы, вошедшие в каждый из факторов:

1. Фактор экстраверсии: общительный (0,808), открытый (0,731), дружелюбный (0,601), разговорчивый (0,595), энергичный (0,552), уверенный (0,528).

2. Фактор миролюбия: добрый (0,670), добросовестный (0,593), справедливый (0,582), отзывчивый (0,533), напряженный (0,522).

3. Фактор решительности: решительный (0,750), упрямый (0,670), уверенный (0,503).

4. Фактор автономности: независимый (0,522), спокойный (-0,759).

Для оценки надежности вычислений корреляционной матрицы мы использовали критерий адекватности выборки теста Кайзера-Мейера-Олкина. Адекватность факторной модели использованному набору переменных составила -0,706 (оптимальный результат средней

результативности). Выделенные факторы отображают свойственную испытуемым структуру категоризации, сквозь призму которой происходит восприятие подростками образа предпочитаемого киногероя.

Анализ результатов оценки образов предпочтаемых киногероев показал, что такие характеристики личности, как экстраверсия, миролюбие, решительность, автономность, являются предпочтительными и определяются с наиболее высокой оценкой восприятия образа. Также образы киногероев, которые отчетливо транслируют данные характеристики через свои поступки, действия и убеждения, вызывают симпатию и наибольший интерес у современных подростков. Кроме того, констатируем, что старшие подростки выделяют именно положительные стороны личности киногероев, характеризуя их как положительных героев.

Таким образом, семантическая структура образа киногероя, предпочтаемого старшими подростками, дает нам словесные характеристики личностных качеств и манеры поведения киноперсонажа, на которые в большей степени делается акцент подростками.

## Заключение

Эмпирическое исследование семантики образа показало, что подростки воспринимают киногероя как транслятора своих умственных способностей, нравственно-волевых качеств; как человека, готового совершать поступки, внешне презентабельного и успешного в деятельности и во взаимодействии с окружающими.

Интегративная семантическая структура образа предпочтаемого старшими подростками киногероя определяется факторами экстраверсии, миролюбия, решительности и автономности, а также всеми категориями (за исключением категории Эмоциональность) и 11 содержательными единицами, соответствующими категориям (включающими смысловое наполнение факторов). Полученные результаты могут

использоваться при проектировании работы, направленной на развитие психологической медиакомпетентности у подростков.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Л. В. Скорова – разработка дизайна исследования, обобщение материалов, написание и редактирование статьи.

Д. К. Суворова – сбор эмпирического материала, обработка и анализ данных.

**Contribution:** L. V. Skorova designed the research, generalized the materials, wrote and proofread the article. D. K. Suvorova collected the empirical material, processed and analyzed the data.

## Литература / References

- Бахтин М. М. Автор и герой. К философским основаниям гуманитарных наук. СПб.: Азбука, 2000. 336 с. [Bakhtin M. M. *Author and hero. To the philosophical foundations of the Humanities*. St. Petersburg: Azbuka, 2000, 336. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/yfjfrt>
- Белоножко Л. Н. Роль средств массовой информации в процессе формирования нравственных и духовных основ личности. *Вестник НГУЭУ*. 2017. № 1. С. 242–250. [Belonozhko L. N. The role of the media in process of formation of moral and spiritual foundations of personality. *Vestnik NSUEM*, 2017, (1): 242–250. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/yrcxp>
- Бугаева Л. Д. О кинонarrативе. *Международный журнал исследований культуры*. 2012. № 2. С. 6–10. [Bugueva L. D. On kino-narrative. *International Journal of Cultural Research*, 2012, (2): 6–10. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ozdvzv>
- Карпова Н. Л., Данина М. М., Кисельникова Н. В., Шувиков А. И. Кино: психологический, педагогический, психотерапевтический аспект. Выдающиеся ученые Психологического института: Н. И. Жинкин, Ю. Б. Некрасова, Н. С. Лейтес, ред.-сост. Н. Л. Карпова. М.: ПИ РАО; РШБА. 2021. С. 275–283. [Karpova N. L., Danina M. M., Kiselnikova N. V., Shuvikov A. I. Cinema: psychological, pedagogical, and psychotherapeutic aspects. *Outstanding scientists of the Psychological Institute: N. I. Zhinkin, Yu. B. Nekrasova, N. S. Leites*, ed. and comp. Karpova N. L. Moscow: PI RAE; RuSLA, 2021, 275–283. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/upyiva>
- Клищевская О. Н. Исследование специфики художественного образа как психологического феномена. *Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования*. 2016. Т. 5. № 5А. С. 54–66. [Klishchevskaia O. N. The study of artistic image specificity as a psychological phenomenon. *Psichologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya*, 2016, 5(5A): 54–66. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xuyreb>
- Кравченко Н. П. Влияние медиасреды на формирование духовно-нравственных ценностей в молодежной среде. *Высшее образование для XXI века: XII Междунар. науч. конф.* (Москва, 3–5 декабря 2015 г.) М.: МосГУ, 2015. С. 76–80. [Kravchenko N. P. Influence of mediaenvironment on forming of spiritual-moral values in a youth environment. *Higher education for the XXI century: Proc. XII Intern. Sci. Conf.*, Moscow, 3–5 Dec 2015. Moscow: MosUH, 2015, 76–80. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vivmmz>
- Кубрак Т. А. Роль ценностных ориентаций зрителей при выборе фильмов. *Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека: Междунар. конф.* (Коломна, 17 февраля 2022 г.) Коломна: ГСГУ, 2022. С. 151–154. [Kubrak T. A. The role of viewers' value orientations in the choice of films. *Digital society as a cultural and historical context of human development: Proc. Intern. Conf.*, Kolomna, 17 Feb 2022. Kolomna: SUHSS, 2022, 151–154. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qbhzkd>

Скорова Л. В., Суворова Д. К.

Семантическая структура образа киногероя

- Кыштымова И. М. Психологическая безопасность в информационном пространстве: имманентный анализ текста и его семантика. *Психология в экономике и управлении*. 2017. Т. 9. № 1. С. 17–23. [Kyshtymova I. M. Psychological security in the information space: an immanent analysis of the text and its semantics. *Psichologiya v ekonomike i upravlenii*, 2017, 9(1): 17–23. (In Russ.)] [https://doi.org/10.17150/2225-7845.2017.9\(1\).17-23](https://doi.org/10.17150/2225-7845.2017.9(1).17-23)
- Кыштымова И. М. Психологический анализ медиатекста: образ животного в рекламном нарративе. *Российский психологический журнал*. 2018. Т. 15. № 3. С. 209–228. [Kyshtymova I. M. Psychological analysis of media text: the animal image in advertising narratives. *Russian Psychological Journal*, 2018, 15(3): 209–228. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21702/grj.2018.3.10>
- Кыштымова И. М., Ангеловска С. Н. Семантика образа героя: межкультурные различия (на примере российских и македонских подростков). *Сибирский психологический журнал*. 2018. № 70. С. 103–117. [Kyshtymova I. M., Angelovska S. N. The semantics of the image of a hero: intercultural differences (on the example of Russian and Macedonian teenagers). *Sibirskiy Psichologicheskiy Zhurnal*, 2018, (70): 103–117. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/17267080/70/8>
- Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. In: Лотман Ю. М. *Об искусстве*. СПб.: Искусство-СПБ, 1998. С. 287–372. [Lotman Yu. M. Semiotics of cinema and problems of cinema aesthetics. In: Lotman Yu. M. *About art*. St. Petersburg: Iskusstvo-SPB, 1998, 287–372. (In Russ.)]
- Панкова Т. А. Влияние художественных образов на формирование личности школьников. *Colloquium-journal*. 2020. № 2-5. С. 22–25. [Pankova T. A. Influence of artistic images on the formation of student's personality. *Colloquium-journal*, 2020, (2-5): 22–25. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/aifdop>
- Плотникова С. О., Болотин Ю. Е. Влияние киноискусства на мировоззренческие установки молодежи. *Молодой ученый*. 2017. № 1-1. С. 95–97. [Plotnikova S. O., Bolotin Yu. E. The influence of cinematography on the worldview attitudes of young people. *Molodoi uchenyi*, 2017, (1-1): 95–97. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xifkip>
- Познин В. Ф. Метафора как часть медиатекста. *Медиаобразование*. 2017. № 2. С. 112–113. [Poznin V. F. Film metaphor and media text. *Media Education*, 2017, (2): 112–123. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ysthnd>
- Познин В. Ф. Экранное пространство и время. *Структурно-типологический и перцептуальный аспекты*. СПб.: Петropolis, 2021. 389 с. [Poznin V. F. Screen space and time. *Structural-typological and perceptual aspects*. St. Petersburg: Petropolis, 2021, 389. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/jaedrt>
- Преснякова Т. Н. Проблема восприятия художественного образа. *Литература и культура Дальнего Востока, Сибири и Восточного зарубежья. Проблемы межкультурной коммуникации: VII Всерос. науч.-практ. конф. с Междунар. уч.* (Владивосток, 17 февраля 2017 г.) Владивосток: ДВФУ, 2017. С. 100–108. [Presnyakova T. N. The problem of perception of artistic image. *Literature and culture of the Far East, Siberia, and non-Russian East. Problems of intercultural communication: Proc. VII All-Russian Sci.-Prac. Conf. with Intern. Participation, Vladivostok, 17 Feb 2017. Vladivostok: FEFU, 2017, 100–108. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xoockt>*
- Скорова Л. В., Сылко А. А. Восприятие образа пожилого человека студенческой молодежью (на примере фильма «Похороните меня за плёнтусом»). *Развитие и образование личности в современном коммуникативном пространстве: II Всерос. науч.-практ. конф. с Междунар. уч.* (Иркутск, 26–27 сентября 2019 г.) Иркутск: Иркут, 2019. Ч. 1. С. 128–134. [Skorova L. V., Sylko A. A. Perception of the image of an elderly person by student youth (using the example of the movie "Bury Me Behind the Baseboard"). *Personal development and education in the modern communicative space: Proc. II All-Russian Sci.-Prac. Conf. with Intern. Participation, Irkutsk, 26–27 Sep 2019. Irkutsk: Irkut, 2019, pt. 1, 128–134. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pspvfd>*
- Тульчинский Г. Л. Кинонарратив насилия в формировании гражданской идентичности. *Наука телевидения*. 2014. Т. 11. С. 91–98. [Tulchinskii G. L. The role of viewers' value orientations in film choice. *Nauka Televideniya*, 2014, 11, 91–98. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/yitewr>
- Урусова Н. А. Художественный образ как когнитивный феномен. *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Филология, Педагогика, психология*. 2021. № 1. С. 61–72. [Urusova N. A. A literary image as a cognitive phenomenon. *Vestnik of Immanuel Kant Baltic Federal University. Series: Philology, Pedagogy, Psychology*, 2021, (1): 61–72. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/vfyxlq>
- Шкурихин В. Д. Зрительское восприятие современного кино (взгляд с позиций когнитивной психологии). *Via scientiarum – Дорога знаний*. 2018. № 2. С. 204–210. [Shkurikhin V. D. The spectacular perception of the modern movie (view from the positions of cognitive psychology). *Via scientiarum – Doroga znanii*, 2018, (2): 204–210. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ybctxn>
- Baveye Y., Chamaret C., Dellandréa E., Chen L. Affective video content analysis: a multidisciplinary insight. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 2018, 9(4): 396–409. <https://doi.org/10.1109/TAFFC.2017.2661284>

- Dill-Shackelford K. E., Vinney C., Hopper-Losenicky K. Connecting the dots between fantasy and reality: the social psychology of our engagement with fictional narrative and its functional value. *Social and Personality Psychology Compass*, 2016, 10(11): 634–646. <https://doi.org/10.1111/spc3.12274>
- Kyshtymova I. M., Kyshtymova C. C. Particularities in the perception of the characters of 'The Walking Dead' TV drama by teenagers. *Media Education (Mediaobrazovanie)*, 2019, 59(2): 296–308. <https://doi.org/10.13187/me.2019.2.296>
- Leeuw R. N. H. de, Laan C. A. van der. Helping behavior in Disney animated movies and children's helping behavior in the Netherlands. *Journal of Children and Media*, 2018, 12(2): 159–174. <https://doi.org/10.1080/17482798.2017.1409245>
- Porta A. Interpreting musical and textual narratives in films for children. Happy feet and the lion king films. *EDULEARN15 Proceedings: Proc. 7th Intern. Conf. on Education and New Learning Technologies*, Barcelona, 6–8 Jul 2015. Barcelona: IATED Academy, 2015, 6483–6492.
- Skorova L. V., Suvorova D. K. Peculiarities of teenagers' perception of the characters of a film narrative in a situation of moral choice. *International Journal of Media and Information Literacy*, 2021, 6(2): 416–425. <https://doi.org/10.13187/ijmil.2021.2.416>