

Секция «Психология»

**Психологическое воздействие фотоиллюстрации на восприятие читателя**

**Лукин Никита Александрович**

*Студент*

*Нижевартовский государственный гуманитарный университет, гуманитарный,*

*Нижевартовск, Россия*

*E-mail: nikita.lukin.92@bk.ru*

Всё в мире меняется, так и отношение к фотоиллюстрации в нашей печати кардинально менялось на протяжении последних пятидесяти лет. Из-за сложности изготовления фото клише в районных и городских типографиях в 50- 70е годы, каждая клишинка была на вес золота, и уже не важно было, что там изображено, лишь бы это тёмное пятно как- то разнообразило сплошной текст .

В наше время способ подготовки иллюстраций намного упростился. Наступила эра цифровых технологий, редакции имеют высококачественное компьютерное оборудование, и все допечатные процессы делают самостоятельно. Сегодня фотоиллюстрация стала неотъемлемой частью газетной страницы, и сама по себе обладает художественной ценностью.

Особую значимость имеет проблема психологического воздействия той или иной фотоиллюстрации на читателя печатных СМИ . Ведь это так важно, чтобы иллюстрация привлекала внимание читателя и не оставляла его равнодушным. Но, к сожалению, далеко не всегда удаётся достичь желаемого результата.

Именно поэтому вопросы: как фотоиллюстрация в печатных СМИ воздействует на человека; отношение разных людей к тем или иным иллюстрациям; какой должна быть иллюстрация, чтобы привлечь внимание человека - являются на сегодняшний день особо актуальными. Именно поэтому, мы решили провести наше исследование.

Целью нашего исследования явилось изучение воздействия фотоиллюстрации на восприятие человека.

Объект исследования: выпускники 11 классов г. Нижевартовска в количестве 20 человек.

Для достижения данной цели, нами был разработан опросник, в результате которого были получены следующие данные. На примере печатных изданий: газета «Ярмарка», газета «Варта», газета «Местное время».

Анализируя полученные результаты, было выявлено, что для опрошенных выпускников фотоиллюстрации в печатных СМИ оказывают такое воздействие, как «яркость», «размер», «чёткость изображения». При проведении опроса было установлено, что у 80 % опрошенных главным - является рассмотрение иллюстрации, и в том случае, если она их заинтересует, то только после этого они переходят к чтению статьи. Для читателей важно визуально видеть то, про что пойдёт речь в статье. Правильно подобранная иллюстрация заставляет читателей заострить на ней внимание, полностью изучить её, и если читатель заинтересовался данным изображением, то он непременно возьмётся за чтение статьи. По результатам опроса, 60% опрошенных выпускников важно видеть в печатных СМИ цветные фотоиллюстрации высокого качества, а чёрно- белые иллюстрации отталкивают от изучения статьи, к таким читателям относится 30% опрошенных.

Всем хорошо известно, что яркие цвета всегда привлекают гораздо большее внимание, чем тёмные тона. Нам всегда хочется видеть что – то насыщенное, яркое и красочное. Опрос показал, что у 30% читателей тёмные тона вызывают тоску, грусть, а иногда даже раздражение.

Опрошенным читателям хочется, чтобы в печатных СМИ было больше фотоиллюстраций именно с природой и животными. Важной составляющей для 70% опрошенных являются именно эти изображения, которые, как они считают, приносят радость, спокойствие и душевное равновесие.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для современных читателей наличие фотоиллюстраций в печатных изданиях является важной составляющей печатной продукции. 60% опрошенных выпускников хотели бы видеть в печатных изданиях фотоиллюстрации. Но при этом очень важно, чтобы эти иллюстрации были яркими, насыщенными, и обязательно высокого качества. У 30 % опрошенных выпускников чёрно-белое изображение вызывает только негативные эмоции, а 70%- пожелали как можно чаще видеть в печатных изданиях фотоиллюстрации природы и животных. Только при совокупности всех этих элементов: яркость, красочность, высокое качество изображение, у людей, при просмотре печатных изданий будет хорошее настроение и постоянное желание полистать что-нибудь ещё.

Научный руководитель - канд. психол. наук, доцент  
С. В. Коваленко

### **Литература**

1. Ефимов М.В. Технические средства переработки текста и иллюстраций. -
2. М.: «Мир книги», 1994.
3. <http://sky08.jimdo.com/>