

7. *Chamata P. R.* Pro prirodu ta sut' samosvidomosti osobistosti / P. R. Chamata // Naukovi zapiski. Praci respublikans'koї psihologichnoї konferencii ; za red. G. S. Kostjuka, O. M. Raevs'kogo, P. R. Chamati. – K. : Rad. shkola, 1956. – T. VI. – S. 5 – 15.
8. *Chamata P. R.* Samosvidomist' ta її rozvitok u ditej / Pavlo Romanovich Chamata. – K. : Znanija, 1965. – 48 s.
9. *Chamata P. R.* Shljahi formuvannja samosvidomosti ditini / P. R. Chamata // Naukovi zapiski NDI psihologii. – K. : Rad. shkola, 1960. – T. XIV. – S. 3 – 21.
10. *Chesnokova I. I.* Problema samosoznanija v psihologii / Irina Ivanovna Chesnokova. – M. : Nauka, 1977. – 144 s.

Musiaka N. I. TO THE PROBLEM OF ESTIMATING ATTITUDES IN SELF-CONSCIOUSNESS PSYCHOLOGICAL THEORY OF P. R. CHAMATA. Article observes the problem of estimating attitudes of a child in self-consciousness psychological theory of P. R. Chamata. The substantive aspect of self-consciousness through the prism of person's attitude to external objective world and relations with other people in the process of activity is analyzed. Characteristic to the forms of consciousness manifestations (cognitive, emotional and volitional) is given and the place of self-rating in the structure of self-consciousness is defined. In the context of genesis of child's self-consciousness the genesis of child's estimating and self-estimating spheres is established. The role of activity in estimating and self-estimating spheres is described. Different levels of activity representation in child's consciousness, starting with unconscious to formation of self-conscious activity are observed. Mechanism of formation of child's estimating attitude to himself and to other people is shown. Dependence of child's estimating self-attitude on estimating attitude of other people is registered. The way of appearance of child's ability to estimation and self-estimation is observed, which is according to P. R. Chamata, is a background to basic level of child's understanding of own acts and actions, self-conscience of a subject. The analysis of correlation between the estimating process and appearance of child's ability to internal mind activity, appearance of internal activity, ability to self-observation is presented. The dominant role of valuating attitudes at all levels of human ontogenetic development is defined.

Keywords: genesis, effectiveness, personality, estimating attitudes, assessment, self-assessment, self-consciousness.

Отримано: 7.07.2014

Найдьонова Любов Михайлівна

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙМАННЯ ЕКРАННОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Найдьонова Л. М. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙМАННЯ ЕКРАННОЇ ІНФОРМАЦІЇ. В статті проаналізовано проблему сприймання екранної інформації, визначено поняття та типи екранної інформації (текстової, графічної, відеоінформації, мультимедійної). Представлено огляд досліджень сприймання екранної інформації в різних галузях та окреслено психологічні особливості такого сприймання. З'ясовано особливості сприймання специфічної і неспецифічної інформації з різних носіїв. Розглянуто принципи побудови інформаційного повідомлення для найбільш ефективного сприймання його з екрану. Визначено перспективні питання для дослідження проблеми, а саме порівняльні аспекти сприймання різних типів інформації з екрану та в реальності, вікові особливості сприймання екранної інформації, дослідження особливостей сприймання інформації за

допомогою екранів з різними характеристиками (розмір екрану, технічні особливості пристрою, наявність сенсорного відгуку).

Ключові слова: сприймання, візуальне сприймання, міжособистісне сприймання, екран, екранна інформація.

Найдёнова Л. М. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ЭКРАННОЙ ИНФОРМАЦИИ. В статье проанализирована проблема восприятия экранной информации, определено понятие и типы экранной информации (текстовой, графической, видеoinформации, мультимедийной). Представлен обзор исследований восприятия экранной информации в различных отраслях и обозначены психологические особенности такого восприятия. Выявлены особенности восприятия специфической и неспецифической информации с различных носителей. Рассмотрены принципы построения информационного сообщения для наиболее эффективного восприятия его с экрана. Определены перспективные вопросы для исследования проблемы, а именно сравнительные аспекты восприятия различных типов информации с экрана и в реальности, возрастные особенности восприятия экранной информации, исследование особенностей восприятия информации с помощью экранов с различными характеристиками (размер экрана, технические особенности устройства, наличие сенсорного отклика).

Ключевые слова: восприятие, визуальное восприятие, межличностное восприятие, экран, экранная информация.

Актуальність. В сучасному світі значущою частиною життя людей стала взаємодія з пристроями, що мають екран. Технічний прогрес дав нам безліч спеціалізованих вузькогалузевих пристроїв, що мають екран, а також персональні комп'ютери, телевізори, телефони, які стали масовими. Сьогодні велику частину інформації, що сприймає людина у повсякденному житті, вона сприймає за допомогою екрану.

Метою цієї статті є окреслення кола питань, що стосуються сприймання екранної інформації, зокрема з'ясування психологічних особливостей сприймання екранної інформації.

Виклад основного матеріалу. Спираючись на концепцію творчого сприймання В. О. Моляко [3], слід зазначити, що під сприйманням ми будемо розуміти цілісний когнітивний процес, в якому фіксується, оцінюється й інтерпретується об'єктивна реальність в різних її модифікаціях, результатом чого є побудова (конструювання) конкретного перцептивного образу. Тобто сприймання виступає домінуючою функцією, яка невідривно пов'язана з іншими психічними функціями (пам'яттю, мисленням, увагою).

Як відомо [4], найважливішими особливостями сприйняття є: предметність, цілісність, структурність, константність, апперцепція, осмисленість, вибірковість, ілюзія.

Поняття «Екран» має декілька значень. Нас, в першу чергу, цікавлять такі: «Екран – поверхня, на яку проектується з метою відбиття потоку світла глядачу зображення, що створює проектор» та «екран (також дисплей) – пристрій відображення текстової чи графічної інформації» [2]. Таким чином, хоча, як ми бачимо ці визначення різняться за технічною основою, проте в повсякденному розумінні зближуються.

Яка ж саме інформація, може подаватися за допомогою екрану? Відповідь на це питання потрібно почати з огляду багатоманіття екранної інфор-

мації, і певного впорядкування, проте можна визначити, що будь-яку інформацію подану за допомогою екрану, можна називати екранною.

В першу чергу, треба зазначити, що екранна інформація більшою мірою належить до візуальної інформації. Насправді, різні види сприйняття рідко можна спостерігати в чистому вигляді, здебільшого вони комбінуються один з одним. Наприклад, сприйняття кінофільму має зоровий і слуховий характер, бо глядач сприймає кадри, що проходять перед його очима на екрані, і розмову, і музику, з яких складається звукова частина картини [4]. Отже екранна інформація може бути, і часто є, змішаною, наприклад, аудіо-візуальна інформація, але без візуального компонента ми не можемо говорити і про екранну інформацію, адже на екран ми дивимось очима, отже візуальний компонент є провідним. Хоча варто зазначити, що надзвичайно широке розповсюдження сенсорних екранів різного типу і взаємодія з ними дає нам можливість говорити не тільки про сприймання звуку при споживанні екранної інформації, а, навіть, про тактильне сприймання того чи іншого екрану.

Початок феномену екранної інформації поклали брати Люм'єр, створивши і показавши короткометражну кінострічку майже 120 років тому. З тих пір кіномистецтво набуло надзвичайного розвитку, а особливості сприймання відеоінформації досліджувалися багатьма вченими.

Іншими типами екранної інформації є текстова та графічна. Починаючи від інформації на екранах спеціального призначення і до екранів комп'ютерів, які зараз є чи не в кожному домі, вчених та спеціалістів надзвичайно цікавили особливості сприймання такої інформації, в першу чергу, для створення ефективного продукту: правильного розташування елементів на екрані для найбільш вдалого сприйняття їх людиною.

Можна говорити про певну специфічність того чи іншого типу екранної інформації. Відеоінформація – специфічний тип екранної інформації, адже відео не може існувати окремо від екрану (принаймні поки що). Разом з тим, як графіка, так і текст можуть бути представлені як на звичайних для них носіях так і на екрані, відповідно такі типи інформації є неспецифічно екранними.

Певне поєднання текстової, графічної, аудіальної, відеоінформації в одному середовищі наразі називають мультимедіа. Така мультимедійна інформація дуже добре представлена в комп'ютерному середовищі та мережі Інтернет, яку на данному етапі розвитку технологій також можна трактувати як специфічно екранну інформацію.

Наразі, вивчення прикладних аспектів сприймання екранної інформації змішаного типу найбільш затребувано в таких галузях як комп'ютерні ергономіка і дизайн (створення інтерфейсів програм, Інтернет сайтів); освіта (конструювання навчальних матеріалів, особливо при дистанційному навчанні); медіа; маркетинг і реклама.

Доробки напрацьовані для вирішення задач в різних галузях часто повторюються, оскільки результати засновуються на одних і тих самих особливостях сприймання, проте достатньо мало робіт, в яких би на емпіричному рівні були спроби узагальнення та впорядкування набутого.

Наприклад Серковою Н.В. [12] було запропоновано загальні психологічні рекомендації щодо інформації на екрані. Для підвищення рівня уваги рекомендують використовувати такі прийоми: замінювати візуальну інформацію на аудіальну тощо; замінювати одні операції на інші; змінювати на короткий час темп роботи; іноді вводити більш яскравий колір, гучніший звук. За змістом навчальний матеріал не повинен бути надто простим або надто складним. Весь навчальний матеріал повинен бути структурованим: найбільш складні в графічному плані зображення (незамкнуті контури, фігури з великим числом зламів контуру та ін.) повинні по можливості розміщуватися в центрі екрану; використання змішаних кольорів (типу "малиновий") і кольорів із зниженою яскравістю ("синій") на периферії екрана при високих вимогах до точності роботи використовувати небажано; найбільш значущу інформацію в навчальному кадрі необхідно представляти, використовуючи основні кольори (червоний, зелений, блакитний); графічні об'єкти, пофарбовані змішаними кольорами, доцільно використовувати в якості статичних елементів зображення; при зміні слабо помітних елементів зображення необхідно акцентувати увагу учня на елементах динаміки [12]. Треба враховувати, що з розвитком технологій певні рекомендації втрачають або послаблюють свою силу. Наприклад, використання певних кольорів має вплив на сприймання, проте з технічним покращенням кольорової передачі, особливості пов'язані з цим певним чином нівелюються.

Г. А. Нікулова та А. А. Пчелінцев [10] зазначають, що характер загальної композиції кадрів або сторінок визначає не тільки траєкторію або послідовність переходів уваги спостерігача від одного об'єкта до іншого, а й формує його інтуїтивну оцінку значущості того чи іншого інформаційного об'єкта. На основі врахування закономірностей візуального сприймання дослідники виділили 5 основних закономірностей, необхідних при розробці цифрових освітніх ресурсів:

1. Композиція повинна бути збалансована, а інформація представлена без «розривів» для сприймання. Це означає, що при впровадженні зображень в текстові фрагменти, при виборі режиму «обтікання тексту» необхідно враховувати зсув «центру ваги» екрану, так як в силу колірної насиченості ілюстрації, як правило, порушують візуальну рівновагу. Необхідно оцінювати не тільки загальну композицію і сенс, а й композиційну і смислову значимість і взаємозв'язок кожного елемента в даному зображенні.

2. Врахування компенсації уявою нечітких зорових ситуацій. Головною вимогою до якісної композиції фрагментів є впорядкованість, систематичність і виразність ознак або властивостей об'єктів, вираженість їх візуальних зв'язків і відносин типу «причина-наслідок», ієрархічне підпорядкування, хронологічна послідовність.

3. При ознайомленні з візуальними об'єктами погляд користувача сканує робоче поле переважно зліва направо, в усякому разі, рух погляду починається в лівому верхньому куті. Це диктує необхідність розташування в цій зоні інформаційно-значущих елементів. Напрямок сканування необхідно враховувати при пред'явленні групи зображень, які сприймаючий повинен обробляти в заданій послідовності.

4. Ритмічність представлення інформації. При розміщенні груп однорівневих елементів (наприклад, блоків іконок доступних моделей процесів або фотографій вчених) доцільно визначити візуальні закономірності їх розміщення, організують траєкторію ознайомлення з ними, а також умови їх об'єднання в єдиний ансамбль.

5. Автономність і структурність. Розбиття складної графічної інформації на окремі прості зображення значно полегшує її сприймання і розуміння. При цьому, кожен із значимих елементів комплексу графічних засобів відображення інформації повинен мати чітку структуру, що легко запам'ятовується і відрізняється від інших [10].

Як ми зазначали вище, дослідження сприймання текстової інформації проводилися віддавна і до сьогодні. Вивчаються сприймання і розуміння цієї інформації, і все, що може на ці процеси вплинути: технічні особливості величини і нарисів шрифтів, довжини строк, розташування текстів на сторінці тощо.

З появою можливості відображення тексту на екрані пристроїв з'явилась і низка досліджень щодо його сприймання.

З'ясовано, що фізіологічні особливості сприймання тексту з екрану монітору відрізняються від традиційного сприймання тексту. Оскільки випромінюване світло та недостатня роздільна здатність екрану створюють додаткове навантаження на зір.

Разом з тим, дослідники [5], порівнюючи сприймання тексту з екрану та паперового носія, зазначають, що папір не інтерпретує текст, а може лише надати йому додаткову виразність, в той час як текст у віртуальному середовищі – завжди інтерпретація, що залежить від властивостей екрану, програмного забезпечення, виставлених користувачем налаштувань і багатьох інших параметрів. Безсумнівно, інтерактивне середовище як носій інформації має низку вагомих переваг у порівнянні з класичними друкованими технологіями. Стисло їх можна охарактеризувати наступним чином: 1) Широкі можливості оперування інформацією, в першу чергу текстовою. Нематеріальність тексту дозволяє вільно керувати ним – копіювати, вносити зміни, в тому числі паралельно з процесом сприймання. 2) Можливості нелінійного оповідання за рахунок створення активних ділянок тексту (гіперпосилань), які відсилають до інших фрагментів інформації (в друкованих виданнях цю роль грають виноски, але оперування ними не настільки зручне і ефективне) або активують спливаючі коментарі. Таким чином, інтерактивне середовище добре підходить для публікації різних довідників, енциклопедій, словників. 3) Можливості доповнення візуальної інформації візуальними ефектами, анімацією, звуком, що дуже зручно для збільшення наочності або виробленого ефекту. У той же час, сприйняття електронних документів (періодичних видань, книг) суттєво програє друкованим виданням по психологічному комфорту і зручності на рівні простого маніпулювання.

Переваги віртуального тексту обертаються його ж недоліками, тому в даний час стоїть проблема привнесення переваг друкованих видань в інтерактивне середовище [5].

Однією із спроб це зробити можна назвати нову технологія папероподібних екранів (e-ink – електронне чорнило), яка з'явилась менше десяти ро-

ків тому досить швидко набула популярності користувачів. Хоча такий тип екрану може відображати і графічні зображення (в обмеженій кількості відтінків сірого), у першу чергу, вони пристосовані для відображення текстової інформації. Головна особливість таких екранів – відсутність випромінюваного світла, що є відзнакою більшості існуючих екранів пристроїв.

Якщо проаналізувати враження користувачів (наприклад викладені на сайті the-ebook.org) щодо особливостей сприймання текстової інформації за допомогою такого носія на відміну від іншого типу екрану чи звичайної паперової книги, то можна зауважити наступне: більшість користувачів відзначають комфортність для очей і полегшене сприймання на відміну від тексту на «екрані, що світиться», наближеність до звичайної книги. Багато хто зазначає надзвичайну зручність налаштування всіх параметрів «під себе», вибір шрифтів, інтервалів, колонтитулів тощо; зручність збереження контенту для читання, наявність додаткових функцій, таких як нотатки, цитати, годинник. Існують екрани з діагоналлю 5, 6, 9 дюймів. Найбільш поширеними є пристрої з 6-тидюймовими екранами, що є певним компромісом між бажанням мати компактний пристрій для читання, його ціною та кількістю тексту, що може на ньому розміститися. Отже, питання розміру екрану лишається відкритим.

Разом з тим багатьом користувачам не вистачає у порівнянні зі звичайною книгою, тактильного відчуття гортання сторінок, звуку, що їх супроводжує, запаху книги, відчуття її ваги. Можна сказати, що ці недоліки стосуються не сприймання текстової інформації, а виступають комплексом ознак, певної атмосфери, що його оточує. Напрошується порівняння із сприйняттям певної події у реальності та з екрану телевізору, коли інформація та сама, але певна частина реальності не сприймається, або сприймається викривлено.

Отже, одна із провідних проблем сприймання екранної інформації – це визначення психологічних особливостей сприймання неспецифічної інформації за допомогою екрану у порівнянні з її сприйманням в інших умовах. Незважаючи на актуальність цього питання, подібних досліджень проводиться надзвичайно мало.

Наголосимо, що хоча ми і визначили відеоінформацію як специфічно екранну для сприймання, проблема порівняння тут теж присутня, і це порівняння зі сприйманням реальності.

Існує низка досліджень щодо «ефекту присутності» – створення за допомогою виразних засобів журналістики зримої картини, що дозволяє глядачеві відчувати себе на місці події. Використовується також поняття ефект реальності (reality effect). Вважається, що це явище стосується насамперед кінематографу і аудіовізуальних ЗМІ, в першу чергу, телебачення, а також віртуальних образів, що створюються на основі комп'ютерної техніки [6].

Існує думка, що ефект присутності залежить від величини екрану, за допомогою якого транслюється зображення. При цьому вважається, «чим більше тим краще», тобто чим більший екран, тим більш явний ефект присутності. Т. Трошіанко, Т. С. Міз, С. Хінд провели низку досліджень, врахувавши методологічні недоліки попередніх дослідників (наприклад не врахову-

валася яскравість екрану тощо) щодо впливу величини екрану та інших факторів, що можуть впливати на відчуття присутності.

Дослідниками було зроблено висновок, що перегляд певних стимулів, які дають високий ступінь занурення, зокрема кіно, дозволяє оцінити вплив на суб'єктивне відчуття присутності таких параметрів, як розмір екрану, колір, 3D-ефект. При цьому зазначається, що при перегляді стимулу тип сцени, що пред'являється має більший вплив на відчуття присутності, ніж розмір екрану. Наприклад, сприймання сцен з людьми викликало більше відчуття присутності у глядача, ніж сприймання сцен з пейзажами, як на більшому так і на меншому екрані [13].

Зважаючи на такий факт, надзвичайно важливим є питання сприймання сцен, які несуть в собі ризики (наприклад сцен насильства). Аналіз результатів проведених досліджень дозволяє констатувати зростання рівня агресивності поведінки під впливом перегляду сцен насильства. О. В. Виноградна у своєму дослідженні зазначає, що структура сприйняття молоддю сцен насильства в художніх фільмах включає такі компоненти: рівень жорстокості сцени; осмисленість епізоду; реалістичність сцени; містичність сцени; переживання спровокованої переглядом агресії (ідентифікація з агресором, виникнення агресивних думок, почуттів, фантазій, бажань); співпереживання жертви; формування насильницької картини світу; задоволення від перегляду, що може бути пов'язане з переглядом цікавої сцени, переглядом недозволеного, прийняттям насильства. Дослідниця визначила три типи сприйняття молоддю сцен насильства в кінофільмах. Перший тип відрізняється підвищеною чутливістю до насильства, негативним ставленням до нього, другий – відносно слабкою емоційною реакцією на насильство, яке не пробуджує сильних позитивних чи негативних емоцій, прагнення наслідувати. Третій тип характеризується низькою емоційною чутливістю до жорстокості, дуже вираженим позитивним ставленням та інтересом до насильства, схильністю переживати задоволення та агресивно реагувати у відповідь на демонстрацію екранного насильства. До особливостей сприймання екранного насильства, що є потенційно небезпечними, оскільки можуть сприяти прояву глядачем агресії після перегляду, належать: знижена емоційна чутливість до жорстокості; бачення відповідних сцен як реалістичних; схильність до ідентифікації з агресивним персонажем; схильність до виникнення агресивних думок, почуттів, фантазій внаслідок перегляду; переживання всіх форм задоволення від перегляду; формування насильницької картини світу [1].

Ще одним цікавим дослідженням сприймання відеоінформації є робота О.С. Маркіної «Соціально-психологічні особливості сприймання і розуміння художнього фільму», в якій вона виявила ряд психологічних феноменів і механізмів сприймання фільму: «сміслова валентність» епізодів фільму – як частота, з якою той чи інший епізод використовується глядачами для інтерпретації основного змісту фільму при пошуку смислових зв'язків з іншими епізодами картини; партитура зміни «сміслових домінант» – найбільш важливих епізодів, які розкривають, з точки зору глядачів, основну ідею фільму; смислове зближення («замикання») різних змістовних тем кінооповіді, здійснене гляда-

чем шляхом певної інтелектуальної роботи; зміна «точок зору» глядача (децентрація), коли морально-етичний конфлікт фільму розглядається не тільки з точки зору головного героя, але і з позицій інших персонажів фільму [7].

Також одним з надзвичайно цікавих аспектів сприймання екранної інформації є сприймання іншої людини. При сприйманні облич на відео у глядачів відбуваються такі ж нейрофізіологічні процеси як і при сприйманні реальної людини [13]. Проте зараз набули надзвичайного поширення соціальні мережі та інші Інтернет-середовища в яких відбувається спілкування людей. При цьому образ людини, яка презентує себе може не містити навіть елементів її зовнішності (фізичного вигляду). Також інша інформація, доступна нам у реальності недоступна при сприйманні екранного образу. Разом з тим, презентується інформація, яка в реальності не належить до первинної при сприйманні. Отже, навіть у випадку, коли людина використовує своє фото при спілкуванні (у соціальних мережах чи сайтах знайомств), сприймання людини людиною відмінне від того, що відбувається у реальності.

Невидимість співрозмовника в віртуальній комунікації призводить до того, що образ іншого в віртуальній комунікації починає визначатися не стільки рисами іншого, скільки особливостями суб'єкта сприймання – образ іншого починає будуватися за аналогією з образом себе. Тобто, образ іншого добувається на основі досвіду того, хто його сприймає, наділяється рисами суб'єкта сприймання або ідеалізується. Ця закономірність характерна, швидше за все, тільки для сприйняття небізнаних ні реально, ні віртуально між собою людей. Тобто, вона проявляється при спілкуванні з абсолютно незнайомими або мало-знайомими людьми. У міру продовження віртуального знайомства ці тенденції послаблюються, так само, як і в реальному спілкуванні [3].

Не виняткова ситуація, коли Інтернет-спілкування має на меті переведення його у реальне, побудову певних стосунків. Сприймання особистості незнайомої людини по фотографії при спілкуванні в Інтернет, наприклад, на сайтах знайомств, надає достатньо соціально-психологічної інформації для прийняття рішення про можливість побудови міжособистісних стосунків з цією людиною, зазначає О. А. Мелешников. Рішення про знайомство на сайті є результатом взаємного опосередкування чинників фізичної привабливості, суб'єктивної інтерпретації особистості по фотографії та текстової інформації, що міститься в першому відправленому повідомленні або анкетних даних. При цьому, текст повідомлення створює установку, яка визначає значимість впливу привабливості та оцінки особистісних рис [8].

Також дослідників цікавить ситуація сприймання вже знайомої людини опосередкована мережею Інтернет. Міжособистісне сприймання в Інтернет-середовищі має відмінності від міжособистісного сприйняття в реальному просторі, зазначає В. К. Обиденкова. При цьому міжособистісне сприйняття в кіберпросторі має перетворюючий вплив на сформовані в реальному середовищі уявлення про суб'єкта, що сприймається. Дослідницею виявлено змінення сприймання динамічних характеристик і збереження сприймання статичних характеристик особистості при переході ситуації взаємодії з реального середовища у віртуальне, а також те, що перше враження про суб'єкта в

реальному середовищі трансформується в соціальній мережі Інтернет-середовища в бік нейтралізації емоційного ставлення та узагальнення отриманої інформації. У ситуаціях відсутності досвіду спілкування з сприймаються суб'єктом при вступі в простір соціальної мережі Інтернет-середовища простежується більш ефективно сприймання статичної інформації, ніж в реальному середовищі. Збільшується кількість деталей і особливостей сприйнятої особистості. Відносини сприйманого суб'єкта з іншими користувачами також сприймаються більш розгорнуто і детально. Тим не менш, емоційне ставлення до нього сприймаючого суб'єкта згладжується, наближуючись до нейтрального. Зазвичай, у реальному просторі, навпаки, перше враження прагне більшою мірою до цілісності, ніж до детальності, однак розширяється гамма емоційних уявлень про людину, що сприймається. На перший план виступає сприйняття динамічної інформації. Механізми міжособистісної перцепції мають місце як у реальному, так і у віртуальному середовищі, а інтенсивність їх прояву пояснюється наявністю ситуації першого враження, браком емоційної складової спілкування та інформації динамічного характеру в Інтернет-середовищі [11].

Також, вагомим питанням, яке піднімають дослідники у вивченні сприймання інформації з екрану, є вікові особливості. Адже всі вікові групи мають вікові особливості сприймання, а певні вікові групи, наприклад підлітки, опиняються в умовах додаткового ризику наодинці з екраном.

Висновки. Отже ми розглянули особливості екранного сприймання різних типів інформації. Незважаючи, на надзвичайну кількість наукових робіт, в яких досліджується сприймання, а також надзвичайну поширеність екранів у повсякденному житті, психологічних досліджень, спрямованих саме на вивчення сприймання екранної інформації достатньо мало. Найбільш поширеними є прикладні дослідження в освітній, комп'ютерній, маркетинговій галузях, тощо. Також вивчаються актуальні питання щодо сприймання інформації, яка несе в собі ризики, різноманітні аспекти сприймання інформації в Інтернеті, в тому числі особливості сприймання людини людиною як частини Інтернет-комунікації.

Проте, певні питання страждають на дефіцит уваги дослідників. Таким, на нашу думку, є масове, в тому числі серед дітей, поширення смартфонів (пристроїв з достатньо маленьким екраном). Хоча вивчення впливу розміру екрану на сприймання досліджується, безпосередньо особливості малорозмірних екранів і ризики, які вони несуть досліджені недостатньо.

На нашу думку, найбільш **перспективними питаннями** для подальших досліджень є такі, як: порівняння особливостей сприймання різних типів інформації з екрану та в реальності, вікові особливості сприймання екранної інформації, дослідження особливостей сприймання інформації за допомогою екранів з різними характеристиками (розмір екрану, технічні особливості пристрою, наявність сенсорного відгуку тощо).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виноградна О.В. Психологічні чинники сприйняття молоддю епізодів насильства в художніх фільмах: Автореф. дис... канд. психол. наук: 19.00.07 / О.В. Виноградна ; Ін-т психології ім. Г.С.Костюка АПН України. — К., 2007. — 19 с.
2. Вікіпедія: Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%BD>
3. Жичкина А. Е. Социально-психологические аспекты виртуальной коммуникации [Электронный ресурс] / А. Е. Жичкина. — URL: <http://forum.oculus.ru/?m=sr&it=15020>.
4. Загальна психологія : Навчальний посібник / Варій М. Й. - 2-ге видан., випр. і доп. - К.: «Центр учбової літератури», 2007. — 968 с.
5. Золотарев Д. А. Сравнительный анализ особенностей восприятия текста на бумажном носителе и в интерактивной среде / Д. А. Золотарев, Т. В. Белько // Известия Самарского научного центра РАН — 2011, том 13, № 2. — 215—220.
6. Князев А.А. Энциклопедический словарь СМИ. Журналистика и лингвистика, коммуникативистика и право, история журналистики и технология: дефиниции, термины, концепции, справочные материалы / А.А. Князев — Бишкек: Издательство КРСУ. — 2002. — 164 с.
7. Маркина О. С. Социально-психологические особенности восприятия и понимания художественного фильма: Автореф. дис... канд. психол. наук: 19.00.05 / Ольга Сергеевна Маркина — Москва, 2010. — 29 с.
8. Мелешников А. А. Восприятие личности по фотографии при общении в Интернет (на материалах сайтов-знакомств): Автореф. дис... канд. психол. наук: 19.00.05 / Алексей Алевтинович Мелешников — 19.00.05 — Ярославль, 2010. — 27 с.
9. Моляко В. О. Концепція творчого сприймання / В. О. Моляко // Актуальні проблеми психології: Проблеми психології творчості: Збірник наукових праць / За ред. В. О.Моляко. — Т.12. — Вип. 5. — Ч.1. — Житомир, 2008. — С. 7-14.
10. Никулова Г.А. Представление графической информации в образовательных ресурсах / Никулова Г.А., Пчелинцев А. А. // Вестник ФГБОУ ВПО "Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет" Серия "Информационные компьютерные технологии в образовании". — Вып. 6. — 2010. — С. 90–97.
11. Обыденкова В.К. Межличностное восприятие в контексте киберсоциализации человека в Интернет-среде // Материалы VI Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» URL: <http://www.scienceforum.ru/2014/478/2821> (дата обращения: 21.11.2014).
12. Серкова Н. В. Восприятие электронной информации при дистанционном обучении / Серкова Н. В. // Вестник Ассоциации Открытый Университет Западной Сибири. 1999. — №1. — С. 71–73.
13. Troscianko T. Perception while watching movies: Effects of physical screen size and scene type / Tom Troscianko, Timothy S. Meese, Stephen Hinde. — Iperception. 2012; 3(7): 414–425. Published online Jul 5, 2012

SPYSOK VYKORYSTANYH DZHEREL

1. Vynogradna O.V. Psychologichni chynnyky spryjnattja moloddju epizodiv nasyly'stva v hudozhnih fil'mah: Avtoref. dys... kand. psyhol. nauk: 19.00.07 / O.V. Vynogradna ; In-t psyhologii' im. G.S.Kostjuka APN Ukraïny. — K., 2007. — 19 s.
2. Vikipedija: Vil'na encyklopedija [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%BD>
3. Zhichkina A. E. Social'no-psixologicheskie aspekty virtual'noj kommunikacii [E'lektronnyj resurs] / A. E. Zhichkina. — URL: <http://forum.oculus.ru/?m=sr&it=15020>.

- Zagal'na psihologija : Navchal'nyj posibnyk / Varij M. J. - 2-ge vydan., vypr. i dop. - K.: «Centr uchbovoi' literatury», 2007. – 968 s
- Zolotarev D. A. Sravnitel'nyj analiz osobennostej vospriyatiya teksta na buma-zhnom nositele i v interaktivnoj srede / D. A. Zolotarev, T. V. Bel'ko // Izvestiya Samarskogo nauchnogo centra RAN — 2011, tom 13, № 2. — 215—220.
- Knyazev A. A. E'nciklopedicheskiy slovar' SMI. Zhurnalistika i lingvistika, komunikativistika i pravo, istoriya zhurnalistiki i texnologiya: definicii, terminy, koncepcii, spravochnye materialy / A.A. Knyazev — Bishkek: Izdatel'stvo KRSU. — 2002. — 164 s.
- Markina O. S. Social'no-psixologicheskie osobennosti vospriyatiya i ponimaniya xudozhestvennogo fil'ma: Avtoref. dis... kand. psixol. nauk: 19.00.05 / Ol'ga Sergeevna Markina — Moskva, 2010. — 29 s.
- Meleshnikov A. A. Vospriyatie lichnosti po fotografii pri obshhenii v Internet (na materialax sajtov-znakomstv): Avtoref. dis... kand. psixol. nauk: 19.00.05 / Aleksej Alevtinovich Meleshnikov — 19.00.05 — Yaroslavl', 2010.
- Moljako V. O. Koncepcija tvorchogo spryjmannja / V. O. Moljako // Aktual'ni problemy psihologii': Problemy psihologii' tvorchosti: Zbirnyk naukovykh prac' / Za red. V. O.Moljako. – T.12. – Vyp. 5. – Ch.1. – Zhytomyr, 2008. – S. 7-14.
- Nikulova G.A. Predstavlenie graficheskoy informacii v obrazovatel'nyx resursax / Nikulova G.A., Pchelincev A. A. // Vestnik FGBOU VPO "Permskiy gosudarstvennyj gumanitarno-pedagogicheskij universitet" Seriya "Informacionnye komp'yuternye texnologii v obrazovanii". – Vyp. 6. – 2010. – S. 90–97.
- Obydenkova V.K. Mezhlichnostnoe vospriyatie v kontekste kibersocializacii cheloveka v Internet-srede // Materialy VI Mezhdunarodnoj studencheskoj e'lektronnoj nauchnoj konferencii «Studencheskiy nauchnyj forum» URL: <http://www.scienceforum.ru/2014/478/2821> (data obrashheniya: 21.11.2014).
- Serkova N. V. Vospriyatie e'lektronnoj informacii pri distancionnom obuchenii / Serkova N. V. // Vestnik Associacii Otkrytyj Universitet Zapadnoj Sibiri. 1999. – №1. – S. 71–73.
- Troscianko T. Perception while watching movies: Effects of physical screen size and scene type / Tom Troscianko, Timothy S. Meese, Stephen Hinde. — Iperception. 2012; 3(7): 414–425. Published online Jul 5, 2012.

Naydonova L.M. PSYCHOLOGICAL FEATURES OF PERCEPTION OF SCREEN INFORMATION. The problem of perception of screen information is analyzed in the paper. The concept of screen information and the types of screen information (textual, graphics, video, multimedia information) are defined. The article provides an overview of studies of perception of screen information in different areas and marks psychological characteristics of such perception. The features of the perception of specific and nonspecific information from different carriers are clarified. The principles of construction of an information message for the most efficient perception of that message from screen are considered.

Studies of the perception of different types of screen information are reviewed. The features of the perception of textual information from different types of screens in comparison with a conventional carrier are identified. Researches of the perception of video information concerning the effect of presence, perception of risk content (scenes of violence), perception and understanding of movies are reviewed. The questions concerning perception of the image of another person, mediated by screen are marked.

Paper defines perspective research questions for studying the problem, namely: comparative aspects of perception of different types of information from the screen and in reality, age-related features of perception of screen information, studying features of perception of information from screens with different characteristics (screen size, technical features of the device, the presence of sensory response).

Keywords: perception, visual perception, interpersonal perception, screen, screen information.

Отримано: 21.10.2014