

# Средства визуального воздействия на читателя и зрителя

В.К. Каплунова, А.А. Тишкина

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия

**Обоснование.** В современном информационном обществе, где доступ к контенту обширен и непрерывен, конкуренция за внимание аудитории крайне высока. В такой среде визуальные средства коммуникации становятся ключевым фактором успешной передачи сообщений. Визуальный контент, который включает цветовую гамму, композицию, шрифты и графику, имеет значительную возможность формировать восприятие и эмоциональную реакцию зрителей и читателей. Обращение к визуальным элементам необходимо для того, чтобы не только привлечь внимание, но и удержать его, а также эффективно передать информацию и вызвать желаемые реакции у аудитории.

**Цель** — изучение влияния цветовой гаммы, композиции, шрифтов и графики на восприятие информации и эмоциональную реакцию аудитории.

**Методы.** Проведен комплексный анализ академических исследований, которые посвящены визуальным средствам коммуникации, включая теорию цвета, принципы композиции и влияние шрифтов и графики на восприятие читателя и зрителя; осуществлен анализ публикаций в области дизайна и маркетинга и выявлены практические примеры применения визуальных средств в реальных проектах; были исследованы рекламные материалы, такие как дизайны логотипов, веб-сайты и журнальные обложки. В ходе этого анализа выделены конкретные приемы и стратегии, которые дизайнеры используют для привлечения внимания и формирования определенных эмоциональных реакций у целевой аудитории.

**Результаты.** Исследование показало, что визуальные средства: цветовая гамма, композиция, шрифты и графика, играют ключевую роль в восприятии информации и вызывают сильные эмоциональные реакции у аудитории. Анализ рекламных материалов и публикаций подтвердил, что выбор цветов, сочетаний может существенно влиять на эмоции и ассоциации у людей. Например, теплые цвета, такие как красный и оранжевый, могут часто ассоциироваться с энергией, любовью и страстью, что отражается в рекламе бренда «Diog», где красный цвет подчеркивает страсть и элегантность. Холодные цвета, такие как голубой и зеленый, создают ощущение спокойствия и надежности. Не зря в рекламе бренда «Dove» используются белый и синий цвета, которые в сочетании друг с другом ассоциируются с чистотой и свежестью.

Также было установлено, что различные шрифты и их стили могут вызывать разные эмоциональные реакции. Например, тонкие, легкие и изящные шрифты ассоциируются с изысканностью и элегантностью, в то время как грубые и угловатые шрифты передают мощь и энергию. Для повышения читабельности важно подбирать простой шрифт, без отвлекающих элементов, а его размер с учетом особенностей аудитории. Так, в детских изданиях используют крупные шрифты для того, чтобы дети воспринимали информацию легче.

Данные результаты подтверждают важность сознательного использования визуальных средств для достижения определенных целей и воздействия на аудиторию.

**Выводы.** Сознательное использование цвета, композиции, шрифтов и графики является важным аспектом успешной визуальной коммуникации. Эти элементы не только привлекают внимание аудитории, но и помогают эффективно передавать информацию и формировать желаемые эмоциональные реакции.

**Ключевые слова:** шрифты; графика; визуальная коммуникация; восприятие; эмоции; визуальные элементы.

*Сведения об авторах:*

**Виктория Кирилловна Каплунова** — студентка, группа PCO-32, факультет цифровой экономики и массовых коммуникаций; Поволжский государственный университет телекоммуникаций информатики, Самара, Россия. E-mail: kaplunova.05@mail.ru

**Алёна Александровна Тишкина** — студентка, группа PCO-32, факультет цифровой экономики и массовых коммуникаций; Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия. E-mail: prrostok@yandex.ru

*Сведения о научном руководителе:*

**Галина Александровна Доброзракова** — доктор филологических наук, доцент; профессор кафедры связей с общественностью; Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия. E-mail: deva\_roza@list.ru