

с наиболее благоприятными условиями медиарынка, – «Нового вечернего Гомеля» – 40 жителей.

Перспективными для дальнейшего развития вечерней прессы Беларуси представляются города областного подчинения и райцентры, численность населения которых от 90 тыс. до 200 тыс. жителей: это прежде всего Барановичи, Борисов, Пинск, Орша, Мозырь, Солигорск, Новополоцк, Лида. Тем более что есть попытки открыть вечернюю газету в значительно меньших по численности населения городах. В 2013 г. в городе Березе был учрежден региональный еженедельник «Вечерний город». В июне 2015 г. стало известно, что газета «Перспектива» возобновляет выпуск приложения для города-спутника Гродно «Вечерний Скидель».

**Екатерина Гуртовая**

*Белорусский государственный университет*

## **ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИЗОБРАЖЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА НА ФОТОГРАФИИ В ПРЕССЕ**

Перспективным направлением для современной фотожурналистики является внедрение в ее практику результатов исследований из области визуальной коммуникации – активно развивающейся молодой научной дисциплины, использующей потенциал наук нейрофизиологии, социологии, антропологии, психологии, искусствоведения, семиотики и др. Сегодня известно достаточно большое количество исследований о том, как мы видим окружающий мир и затем переосмысливаем наш визуальный опыт. Эти знания представляют несомненный интерес для фотожурналистики, т. к. позволяют учитывать фундаментальные свойства зрительной системы при формировании содержания фотографического сообщения.

Одним из наиболее важных объектов интереса для журналиста всегда являлся человек, который в фотожурналистике представлен не только в жанре фотопортрета, но и в других жанрах. Как мы видим и оцениваем его на фотографии?

Остающиеся актуальными по сей день эксперименты советского ученого А. Ярбуса (на них до сих пор ссылаются современные зарубежные ученые), при которых регистрировались движения глаз испытуемых во время рассматривания различных изображений, показывают, что наибольшее внимание зрителем отводится человеческой фигуре, даже

если она занимает не более десяти процентов от общей площади изображения. При зрительном изучении фигуры человека приоритет отдается лицу и в наибольшей степени – рассматриванию глаз [1].

Хорошо известно, что для обработки информации о лицах людей задействуется отдельная область головного мозга (для распознавания других объектов используются другие, более простые мозговые структуры). Эта область столь обширна, что, по выражению одного нейрофизиолога, наш мозг способен увидеть лицо в минимальном наборе чертаний: мы видим лица в облаках, на диске луны в узоре, создаваемой ее неровностями. Наш мозг настроен на восприятие лиц. Именно поэтому, хотя это и стало стереотипом, обложки журналов украшают лица людей, которые всегда будут являться самой интересной и востребованной фотографической информацией для читателя.

На исследованиях по изучению движений глаз (eye tracking) основывается новая фотографическая стратегия датской ежедневной газеты Politiken, которая с 2006 г. взяла за правило «eye contact» – контакт глаз. Согласно решению редакции, взгляд большинства героев фотопубликаций, выполненных крупным планом, предпочтительно должен быть направлен на зрителя. Ошеломительный эффект имела и временная отмена правила. В одном из номеров, который был посвящен празднику женщин, представительницы прекрасного пола изображались с закрытыми глазами. Это выглядело крайне необычно: женщины – государственные служащие предстали мечтательными, расслабленными, романтичными – не такими, как их привыкли видеть в рабочей обстановке.

Новейшие исследования в области цветового восприятия показали, что цветовое зрение человека связано с изучением цвета кожи окружающих нас людей. Очень долгое время в науке доминировала другая гипотеза, которая гласила, что цветовое зрение появилось для добывания пищи, так как позволяло распознать спелые плоды на фоне листвы. А поскольку кожа человека «невзрачна», то и цветовое зрение не могло возникнуть ради нее. Однако оказалось, кожа вовсе не бесцветна. Она умеет становиться не просто цветной, но принимать всевозможные оттенки, зависящие от сочетания двух основных параметров: концентрации кислорода и кровоснабжения. Кожа может становиться красной, синей, зеленоватой, желтой, а также иметь оттенок, который идентифицируется как нормальный. Цвет кожи предельно важен для нас, т. к. указывает, во-первых, на состояние здоровья человека, а во-вторых, на его настроение, что является наиважнейшей информацией в процессе общения [2].

Качественная полиграфия глянцевых журналов, обеспечивая корректную передачу тона кожи, делает для нас фотографии людей такими притягательными. А самым желанным объектом рассматривания является здоровый человек. Ненатуральный цвет кожи – достаточное условие для того, чтобы вызвать эффект так называемой «зловещей долины», когда происходит резкий спад привлекательности изображенного человека [3].

Открытие и изучение зеркальных нейронов показало, что человек немедленно реагирует на состояние своего собеседника. В тот момент, когда мы наблюдаем за другими людьми, у нас активизируются группы нейронов, связанные с выполнением таких же действий. Активность мозга, фиксируемая приборами, указывает, что мы проигрываем аналогичную ситуацию. В живом общении собеседники могут попеременно «отзеркаливать» друг друга. Однако в случае рассматривания изображения, разумеется, возникает одностороннее воздействие фотографии на человека. Известно, что выдающийся германо-американский фотограф моды Хорст П. Хорст, прославившийся снимками для журнала *Vogue*, перед съемкой отправлял своих моделей в Лувр, чтобы они проникались пластикой античных изваяний, результат чего отчетливо виден на фотографиях. Можно предположить, что именно благодаря наличию у человека зеркальных нейронов фотография обладает столь высоким потенциалом воздействия на читателя. Это в полной мере было использовано в советской фотожурналистике для решения государственных задач, например в период Великой Отечественной войны, когда лица героев фотопубликаций излучали свет и уверенность в победе, а иные снимки не допускались к печати.

Таким образом, эти и другие исследования из области визуальной коммуникации могут быть использованы в фотожурналистике на разных этапах создания фотопубликации: во время фотосъемки, фоторедактирования, а также воспроизведения изображения в печатном или электронном виде, что способно влиять на значимость и значение фотографии.

#### *Литература*

1. Чангизи, М. Революция в зрении: что, как и почему мы видим на самом деле / М. Чангизи; пер. с англ. А. Гопко. – М.: АСТ:CORPUS, 2014. – 304 с.
2. Ярбус, А. Л. Роль движений глаз в процессе зрения / А. Л. Ярбус. – М.: Наука, 1965. – 173 с.
3. MacDorman, K. Too Real to Comfort / Karl MacDorman, Robert Greena, Chin-Chang Hoa // *Uncanny Responses to Computers in Human Behavior*. – 2009. – May. – Vol. 25 (3). – P. 695–710.