

УДК: 339.13

Дардан Тетяна

Dardan Tatyana

Тернопільський ліцей № 21, середня школа імені Ігора Герети

**ПСИХОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЦЕСУ СПРИЙНЯТТЯ
ІНФОРМАЦІЇ**

**PSYCHOLOGICAL APPROACHES TO THE PROCESS OF
ADMINISTRATION OF INFORMATION**

Як показують дослідження, в основі психології сприйняття лежать закони З. Фрейда, дослідження Г. Юнга, П. Павлова. Цей взаємозв'язок настільки сильний, що виділився в самостійну прикладну науку – психологію. Моделей сприйняття інформації з точки зору психології є досить багато. Їх використання у практичній діяльності залежить від багатьох аспектів.

Самою старою і розповсюдженою моделлю сприйняття інформації є формула AIDA (attention – interest – desire – action), що відповідно на українській мові означає УВАГА – ІНТЕРЕС – БАЖАННЯ – ДІЯ.

Суть її полягає в тому, що інформація, в першу чергу, повинна привернути увагу. Шляхи досягнення цієї цілі досить різноманітні: використання контрастів; яскраве, оригінальне оформлення; неординарні рішення в поданні. Після того як увага аудиторії привернена, інформація повинна утримати її інтерес. З цією ціллю вона може містити обіцяне задоволення потреб людини, бути оригінальним, цікавим за змістом і формою. Згідно з моделлю, інформація повинна збудити бажання адресата спробувати запропоноване, стати його господарем. У кожному поданні потоку інформації повинна бути “підказка” для отримувача – що саме він повинен зробити. Щоб досягти ефективного рівня інформаційної дії необхідно, підвищити інтерес до неї шляхом створення повноцінного

образу та привернення уваги до самої інформації, зробивши її незвичайною та оригінальною.

Створюючи інформаційний блок необхідно, в першу чергу, враховувати потреби особи на яку він спрямований, розглядати їх у подвійному контексті, об'єднуючи первинні та вторинні потреби. Таке поєднання приносить більший ефект від поданої інформації. Подвійний, скритий контекст є більш дієвим, так як він менше піддається свідомій оцінці і тому сприймається без раціональної та критичної оцінки. Щоб створити дієвий інформаційний потік, з точки зору психології, необхідно в предметі, на який спрямована дана інформація об'єднати різноманітні психологічні цінності, втілити різноманітні потенційні потреби отримувачів. Якщо розглянути більш детально даний закон, то доцільно зробити висновки, що активність отримувача інформації виникає тоді, коли її образ сформований на основі позитивної емоціональної інформації. У випадку, коли емоційна інформація буде для людини нейтральною або негативною, то такий образ не стане основою для активних дій. Розглядаючи інформаційний потік необхідно врахувати психологічну особливість, зокрема ефект контексту, тобто наскільки дана інформація знаходиться в зоні інтересів отримувача. Отже, доцільно зробити висновки, що контекст – це навколишні стимули, доступні людині, яка сприймає будь-яку інформацію. Саме на основі знань про психологічні характеристики та їх закони повинен будуватися інформаційний потік.

Психологічні аічні аспекти процесу сприйняття пояснюють процеси, які відбуваються, коли людина отримує інформацію. Сприйняття є складовою процесу спілкування і переконання.

Психологічні аспекти процесу сприйняття пояснюють процеси, які відбуваються, коли людина бачить інформацію. Сприйняття є складовою процесу спілкування і переконання.