

**Влияние эмоционального описания изображений
на восприятие визуальной информации
Сафронова Э.А. (ИТМО)**

Научный руководитель: кандидат психологических наук, инженер центра юзабилити и смешанной реальности Университета ИТМО Джумагулова А.Ф. (ИТМО)

Введение. Инклюзивная политика России находится в активной разработке. Однако, задача формирования цифровой среды для обеспечения доступа информации незрячим на одном уровне со зрячими остаётся незакрытой. При наличии слепоты человек лишен на 70–90% информации, идущей из окружающего мира [1]. Для компенсации данного опыта стоит использовать услугу alt-текста. В этой статье термин «alt-текст» — описание изображения, облегчающее процесс восприятия визуальной информации [2]. Сложность интеграции alt-текста – не существует критериев для его составления на государственном уровне.

Основная часть. Цель исследования – выявить влияние эмоционального описания на восприятие визуальной информации. Для проведения эксперимента выдвинуты гипотезы: «формулировки alt-текстов, в которых присутствуют эмоционально окрашенные формы наиболее качественно описывают визуально представленную информацию»; «количество запомнившихся из описания эпитетов положительно коррелирует с оценкой за это описание». В эксперименте применялись материалы Русского музея. Создано 8 веб-страниц: 4 копии страниц Русского музея и 4 их дубликата с подготовленным alt-текстом. Для точности эксперимента страницы подобраны с разными сюжетами и стилистикой изображений. Целевые показатели эксперимента: степень понимания материала (оценка от 1 до 5), пересказ. Внешние факторы эксперимента: наличие зрения, пол, возраст. Контролируемая переменная – alt-текст. В эксперименте участвовало 88 респондентов: 42 мужчины, 46 женщин; 32 респондента с нарушением зрительной функции глаза; 56 респондентов со зрительной нормой. Респонденты в случайном порядке изучали страницы, где был внедрён разный alt-текст. После изучения, респондент давал свою оценку понимания материала и пересказывал описание. Результаты: средние оценки alt-текстов информационных страниц с эмоционально окрашенными формами выше, чем стандартные alt-тексты. Также в оценке обычных текстов чаще встречалась оценка «3», а оценка «5» чаще встречалась в подготовленном тексте. При анализе данных обе гипотезы получили статистическое подтверждение.

Выводы. Проведено исследование о влиянии эмоционального описания изображений на восприятие визуальной информации. Произведены расчёты и получено статистическое подтверждение выдвинутых гипотез.

Список использованных источников:

1. Ваньшин С.Н., Ваньшина О.П. Тифлокомментирование, или словесное описание для слепых. Тифлокомментирование, или словесное описание для слепых. – Москва: Логосвос, 2011. – 61 с.
2. Борщевецкий И. Тифлокомментирование (аудиодескрипция): как сделать цифровую доступность более доступной // ФГБОУ ВО Пятигорский государственный университет. УДК: 37:013 [Электронный ресурс]. – 2021 – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/100673/1/978-5-91256-524-3_2021_006.pdf (дата обращения 19.01.2024 г.