

# Візуальна комунікація

Тетяна Єжижанська

Кафедра документознавства та інформаційної діяльності, Луцький інститут розвитку людини Університету «Україна», Україна, м. Луцьк, вул. Карбишева, 2,  
E-mail: etanya.mail@gmail.com

*In the XXI century visual channel of communication is leading to the perception of information. Visual communication is a message addressed to the audience. Converting information into simple and clear message is the basic function of communication design – science and art of communicating to a person available visual media of any kind.*

Key words: visual communication, visual channel, the design documents.

Розвиток людства супроводжувався постійним збільшенням кількості комунікаційних каналів, завдяки доповненню природних каналів каналами штучними, свідомо створеними людьми. Природними каналами комунікації, за Берло, є візуальний, вокальний, тактильний, смаковий і нюховий [1]. Людина отримує інформацію усіма наявними у неї каналами, проте деякі з них мають особливе значення для комунікації. Особливий характер для спілкування має візуальний канал сприйняття інформації. За підрахунками дослідників на візуальну комунікацію відводиться 69% інформації [3, с. 302]. Отже, цим каналом людина отримує переважну більшість інформації від оточення. Візуальна мова, що ґрунтується на зрозумілих усім архетипах, як і вербальна, описує структуру світу, і для її розуміння не потрібно жодних ключів, окрім очей. Відомий канадський теоретик комунікації Маршал Мак-Люен візуальний канал комунікації вважав провідним у XX сторіччі. Він стверджував, що канал передавання багато в чому визначає і саме повідомлення [2]. У наш час у XXI століття візуальна комунікація стала ще актуальнішою. Уже сьогодні передбачається тенденція подальшої візуалізації всіх сфер життя. Візуальні аспекти процесу комунікації набувають дедалі більшого значення. Зрозумілість, читабельність і візуальна зручність є основними критеріями ефективності будь-якого повідомлення.

Візуальна комунікація створює тексти, які краще сприймаються і легше запам'ятовуються. Через візуальний канал може надходити навіть більше інформації, ніж відправник намагався відправити. Відомий український вчений Г. Почепцов визначає одну із найважливіших характеристик візуальної комунікації: візуальна комунікація не є такою ж багатозначною, як комунікація вербальна, оскільки вона підлягає більшому контролю. Візуальні знаки мають певну частку умовності [3, с. 302].

Візуальний канал – не лише потужний канал передачі, а й нагромадження інформації. Основний масив інформації, створеної людством, знаходиться в документах різного виду, які сприймаються візуально. Як підкреслює Г. Почепцов, візуальна комунікація являє собою створення довготривалих повідомлень, і це одна із її головних особливостей [3, с. 318].

Комунікаційні канали забезпечують рух не змісту, а лише матеріального втілення повідомлень, яке відображає зміст. Причому рух відбувається у фізичному просторі й в астрономічному часі. Як відомо, простір і час визначальні

характеристики комунікації. Комунікаційна діяльність являє собою рух повідомлень у соціальному просторі, а результатом цієї діяльності є розповсюджена інформація у документах будь-якого виду.

У світі, перенасиченому інформацією, де мільйони документів конкурують між собою за увагу аудиторії, лише хороший дизайн не дозволить загубитись повідомленню. Завдяки ефективному використанню кольору, шрифтів, незаповненого простору одне повідомлення привертає увагу читачів, інше – залишається непоміченим. Ефективний дизайн переконає читачів у важливості повідомлення і одночасно полегшить його сприйняття. Дизайн так чи інакше впливає на почуття читачів: вдало створена сторінка вселяє оптимізм й говорить про професіоналізм автора, а загромаджена дрібницями й погано організована сторінка свідчить про недбале ставлення автора до своїх слів. Гарний дизайн зробить повідомлення зрозумілішим для аудиторії, а відповідно, й ефективнішим, дозволить сфокусувати увагу не лише на змісті повідомлення, але й на його контексті, створивши відповідний настрій, емоційний фон. Дизайн здатний спростити й збільшити швидкість осмислення повідомлення, дозволяє аудиторії уникнути інформаційного перевантаження й полегшує швидкий пошук потрібних даних.

Перетворення інформації у прості та зрозумілі повідомлення є основною функцією комунікаційного дизайну – науки й мистецтва донесення до людини доступними візуальними засобами інформації будь-якого характеру. Документознавець повинен вміти не лише графічно передати інформацію, а й грамотно розмістити її в часі та просторі. Йому необхідно знати як методи графічного дизайну, так і весь комплекс методів візуального спілкування з реципієнтом, тобто розуміти особливості комунікації.

Отже, людина найчастіше сприймає навколишній світ за допомогою візуального каналу. Оскільки зорове сприйняття – це високо вибірковий процес, то важливо створювати документи, на яких концентрувалася б увага читача. «Візуально світ організований достатньо жорстко, і часто ми не знаємо його закономірностей, тому й виникають ті чи інші варіанти помилок, – пише Г.Почепцов. – Але одночасно вміле його використання приносить достатньо сильні результати» [3, с. 3207]. На нашу думку, вивчення майбутніми фахівцями у галузі соціальних комунікацій та інформаційної діяльності основ візуальної комунікації, дизайну документів, презентації інформації, навчить їх краще орієнтуватись в інформаційному суспільстві.

## Література

1. Berlo David. The Process of Communications: An Introduction to Theory and Practice [Electronic resource] // <http://www.shkaminski.com/Classes/Handouts/Communication%20Models.htm>
2. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2001. – 656 с.