

основі архетипу Правитель. Наприклад, в деяких культурах контроль та домінування можуть сприйматися негативно.

7. У підсумку, використання архетипів бренду є ефективним інструментом для створення успішної стратегії просування та візуальної айдентики бренду. Архетип Правитель може бути особливо корисним для брендів, що бажають позиціонувати себе як лідерів в своїй галузі та надати враження влади та контролю. Однак, важливо бути обачним та збалансувати використання елементів архетипу з уважним вивченням потреб та очікувань тощо.
8. Своїх клієнтів, а також враховувати культурні особливості та специфіку ринку.

**Науковий керівник – ст. викладач каф. 406 Юлія Кузнєцова*

УДК 7.012

ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ВІЗУАЛЬНІ КОДИ

К. П. Мсаллам, Ю. А. Кузнєцова

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«ХАІ»

Візуальна комунікація в сучасному світі набула надзвичайної важливості. З розвитком технологій та інформаційного перенасичення люди все більше сприймають інформацію візуально, використовуючи зорові канали сприйняття. У цьому контексті візуальні коди та архетипи грають ключову роль у сприйнятті та розумінні повідомлень, які передаються через дизайн-продукт.

Важливість візуальних кодів у сприйнятті. Візуальні коди - це система символів, кольорів, форм та інших візуальних елементів, які використовуються для передачі певного значення або повідомлення через візуальний дизайн. Вони допомагають створювати специфічний контекст і забезпечують більш ефективну комунікацію з аудиторією.

Наприклад, червоний колір може вказувати на небезпеку або увагу, а зелений - на безпечність або позитивність. Використання таких візуальних кодів допомагає споживачам швидше розуміти повідомлення та реагувати на них адекватно.

Роль архетипів у візуальній комунікації. Архетипи - це загальнолюдські символи та ідеї, які мають глибоке історичне значення і відображають базові аспекти людського досвіду та психології. Вони використовуються в візуальній комунікації для створення зв'язку з колективним підсвідомим аудиторії.

Наприклад, образ матері-природи або героя, який подолав випробування, є архетипами, які мають глибокий емоційний зв'язок зі споживачами. Вони допомагають створити емоційне враження та підсилити повідомлення, що передається через дизайн-продукт.

Загальна розуміння візуальних кодів та використання архетипів допомагають дизайнерам створювати більш ефективні та привабливі комунікаційні стратегії. Вони дозволяють підсилити вплив дизайну на аудиторію та створити продукти, які сприймаються більш насичено та емоційно.

Візуальне мислення є надзвичайно індивідуальним і базується на унікальному сприйнятті кожною людиною навколишнього світу. Це процес, який включає у себе сприйняття візуальних образів, їх аналіз та інтерпретацію. Візуальне мислення формується під впливом індивідуального досвіду, виховання, культурного контексту та особистих уподобань.

Кожна людина має свій власний спосіб бачити і розуміти світ, і це візуальне мислення може піддаватися змінам під впливом зовнішніх факторів, таких як навчання, мистецтво, культура та інші впливи. Таким чином, візуальне мислення є гнучким і може трансформуватися з часом.

Створення візуальних образів та їх сприйняття. Візуальні образи виникають як результат сприйняття зовнішнього світу і внутрішнього досвіду. Вони включають у себе інтуїтивні відчуття, враження, переживання і думки, які перетворюються в конкретні візуальні форми.

Однак важливо враховувати, що візуальний образ може бути сприйнятий різними людьми по-різному. Оскільки візуальне мислення ґрунтується на індивідуальних уподобаннях і досвіді, той самий образ може викликати різні емоції і асоціації у різних осіб.

Для дизайнерів це важливо враховувати при створенні візуальних продуктів, оскільки їх мета полягає в спілкуванні з аудиторією через візуальний мову. Розуміння індивідуальності візуального мислення допомагає створити дизайн, який ефективно комунікує з різними споживачами і викликає бажану реакцію.

Таким чином, візуальне мислення є важливим аспектом в дизайні та візуальній комунікації, і воно відіграє ключову роль у сприйнятті та розумінні візуальних образів.

Візуальна мова є живою знаковою системою, яка використовується для передачі інформації і сприйняття через візуальні засоби. Ця мова складається з різних компонентів, які спільно створюють повідомлення для глядачів або споживачів.

Ключовими компонентами візуальної мови є:

Геометричне моделювання та дизайн

1. Зображення: Графічні елементи, малюнки, фотографії та ілюстрації, які використовуються для передачі інформації та створення візуальних образів.

2. Знаки і символи: Символи і піктограми, які мають конкретні значення і допомагають в сприйнятті повідомлення.

3. Кольори: Вибір кольорів має велике значення у візуальній мові, оскільки кожен колір може викликати різні емоції і асоціації.

4. Текст: Використання тексту для передачі інформації та додавання контексту до візуальних елементів.

5. Композиція: Розташування та організація візуальних компонентів на поверхні, що впливає на сприйняття і структуру повідомлення.

Стиль візуальних повідомлень визначається вибором компонентів візуальної мови та їх комбінацією. Ефективність візуальних повідомлень полягає в здатності цих компонентів співпрацювати для досягнення конкретної мети комунікації.

Стиль може бути "гучним" і виразним, якщо це відповідає завданню, або "тихим" і мінімалістичним, якщо це відповідає бренду чи контексту. Важливо враховувати, що стиль повинен відображати ідентичність бренду та залучати увагу цільової аудиторії.

Ефективність візуальних повідомлень оцінюється за їх здатністю досягти поставленої мети комунікації. Дизайнер повинен розуміти цільову аудиторію, її потреби та очікування, щоб створити візуальні повідомлення, які будуть ефективними взаємодіяти з глядачами або споживачами.

Таким чином, візуальна мова є ключовим елементом візуальної комунікації і вимагає ретельного вибору компонентів та стилю для досягнення бажаного результату.

У візуальному дизайні, вибір між порядком і хаосом є однією з ключових стратегій, яка визначає загальний вигляд та сприйняття дизайн-продукту. Обидва ці підходи мають свої унікальні переваги та застосування.

- **Порядок:** Візуальний порядок передбачає структурованість і логічність у дизайні. Він використовується для створення чіткого та організованого вигляду продукту. Порядок сприяє легкому сприйняттю інформації, особливо в складних інтерфейсах або дизайнах, де необхідно передати багато деталей. Цей підхід особливо популярний у веб-дизайні та дизайні інтерфейсів, де користувач повинен швидко зорієнтуватися та взаємодіяти з елементами.

- **Хаос:** Візуальний хаос може бути ефективним у випадках, коли необхідно привернути увагу або створити нестандартний імідж. Він передбачає неорганізований або експериментальний дизайн,

який може викликати змішані відчуття та асоціації у глядачів. Хаос може бути корисним у мистецтві, рекламі або креативних проектах, де важливо виділятися серед конкуренції та створювати сильний враження.

Стильна чистота в дизайні є ключовою для створення візуально привабливих і ефективних продуктів. Це означає, що дизайн повинен бути відповідним, консистентним і дотримуватися встановлених стилістичних правил.

Чистота стилю важлива для забезпечення чіткості та зрозумілості відразу при першому погляді. Вона сприяє покращенню сприйняття інформації і допомагає користувачам легко навігувати та взаємодіяти з продуктом.

Дотримання стильної чистоти також сприяє підсиленню ідентичності бренду та побудові довіри серед споживачів. Це допомагає брендам створювати стійкі асоціації та позитивні емоції у своїх клієнтів.

У підсумку, вибір між порядком і хаосом у візуальному дизайні залежить від конкретної мети і контексту проекту. Однак стильна чистота завжди залишається важливою складовою ефективного та привабливого дизайну.

Висновки. Візуальна комунікація в сучасному світі займає ключове місце в передачі інформації, вираженні ідей та створенні вражень. Розвиток цифрових технологій та загальне збільшення обсягу візуальних вражень призвело до того, що візуальна комунікація стала важливою складовою всіх аспектів нашого життя, від реклами і дизайну продуктів до мистецтва та освіти.

Роль дизайну у візуальній комунікації не може бути недооцінена. Дизайнери мають важливе завдання створювати не лише естетично привабливі, але й ефективні візуальні повідомлення. Вони повинні розуміти аудиторію, аналізувати завдання, вибирати відповідні візуальні коди і мову, а також дотримуватися стильної чистоти для досягнення найкращих результатів.

Важливо розуміти значення візуальних кодів у сприйнятті та відчуттях глядачів. Візуальні коди допомагають перетворити ідеї в образи та символи, які розуміємо і сприймаємо без слів. Архетипи, які закладені у глибині нашої підсвідомості, грають важливу роль у створенні зв'язку між дизайном і аудиторією.

Візуальна мова і візуальні коди створюють живу знакову систему, яка допомагає виразити емоції, ідеї і інформацію. Ефективне використання цієї мови може впливати на сприйняття та поведінку людей.

На завершення, розуміння візуальної комунікації та візуальних кодів є важливим для всіх, хто бажає створювати вражаючі та

Геометричне моделювання та дизайн

ефективні дизайн-продукти. Вони допомагають нам сприймати і розуміти навколишній світ, створюють нові можливості для творчості та взаєморозуміння.