

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Визуальная манипуляция сознанием: графический дизайн.

Майорова Анастасия Андреевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: some.mmm@gmail.com

В культуре можно выделить особый мир графических и живописных форм, воспринимаемых с помощью зрения - эйдосферу (от греческого слова эйдос - вид, образ). XX век показал немислимые ранее возможности знаковых систем как средства власти. Особое место заняли зрительные образы.

Значение художественных образов при восприятии рекламных и других сообщения однозначно возрастает из года в год. Воздействуя через разные каналы восприятия, сообщение, "упакованное" в разные типы знаков, способно продолжительное время поддерживать интерес и внимание человека. Поэтому эффективность его проникновения в сознание и подсознание несравненно выше, чем у "одноцветного" сообщения. Также в данной работе будут раскрыты основные средства усиления восприятия зрительного образа, существующие в данное время.

Основной целью данного исследования является определение места зрительных образов в коммуникативном пространстве XXI века.

Литература

1. Бажак К. История фотографии. Возникновение изображения. М., 2003.
2. Бакулев Г.П. Основные концепции массовой коммуникации. М., 2002.
3. Барт Р. Рекламное сообщение // Барт Р. Система моды. Статьи семиотики культуры. М., 2003.
4. Белецкий М. Дизайн и современность // Просто дизайн. 2004, №6.
5. Бендерский Б.Н. Восприятие графики. М., 2005.
6. Веккер Л.М. Восприятие и основы его моделирования. Л., 1964.
7. Визуальная культура визуальное мышление в дизайне. ВНИИТЭ.1. М., 1990.
8. Жердев Е.В. Метафорическая образность в дизайне. М., 2004.
9. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2000.