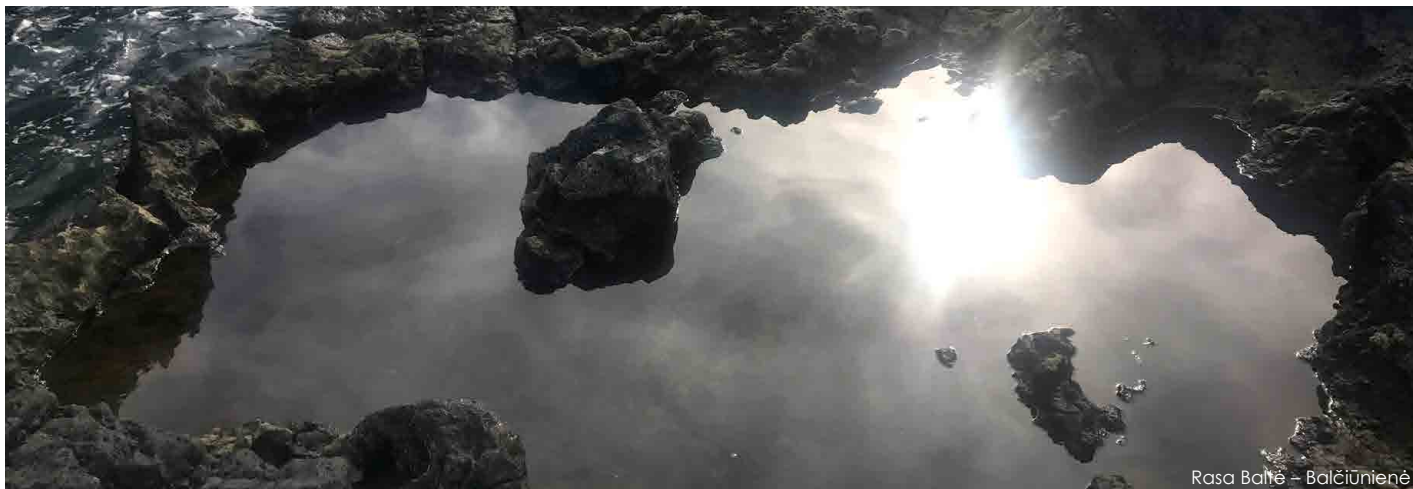


APIE VAIZDINIŲ TYRIMO REIŠMĘ ĮMONĖS KOMUNIKACIJOJE, REKLAMOJE, BIURO ERGONOMIKOJE



Rasa Baltė – Balčiūnienė

- Bet koks vaizdinys suteikia informaciją apie kompaniją, nepaisant to, ar jo autorius to pageidauja, ar ne.
- Šiuolaikinėje visuomenėje pirmoje vietoje yra informacijos valdymas. Informacija tampa pagrindiniu aktyvu, nuo kurio priklauso bet kurios kompanijos sėkmė.
- Informacija – tai veikimo vektorius, per kurį perduodamas energijos kvantas. Vaizdinys ir veiksmas gali būti sukeisti vietomis (tai pagrindinis žmogaus psichikos veikimo dėsnis).
- Bet kuri įmonė ar kompanija yra sistema arba organizmas, kurį valdo tam tikras psichologinis modelis. Modelį formuoja savininkas ir vadovai, jis atsiskleidžia išorėje per vizualinius vaizdinius.
- Svarbu tyrinėti, kaip klientai ir partneriai suvokia visą vizualinę informaciją (tuo pačiu ir vaizdinius, naudojamus ofise ir reklamoje).
- Reikia išskirti pagrindinius vaizdinius, naudojamus ofise ir reklamoje, nes vaizdiniai gali turėti įtakos verslui – organizacijoje vykstantiems procesams ir jos sėkmingumui.
- Galvos smegenų neuronų tinklai formuoja dvi dinamikas, atsakingas už vizualinių vaizdinių suvokimą. Viena jų – standartinis, įprastas tinklas sprendimams priimti, kitaip vadinamas automatinio režimo tinklu, jame procesai vyksta pagal įprastinę schemą, neuronai susiję tarpusavyje tam tikru būdu, ir smegenys eikvoja mažai energijos. Tačiau yra ir kitas tiesioginės patirties tinklas, atsakingas už veiksmų pokyčius, kuriame dalyvauja neuronai, nesusieti tarpusavyje įprastame tinkle. Šis tinklas reikalauja daugiau energijos. Smegenys jį naudoja tuo atveju, kai keičiasi stereotipinis elgesys ir reikalingos naujovės.
- Vizualiniai vaizdiniai daro poveikį žmonėms ir gali „įjungti“ automatinio režimo tinklą, o tai sukelia įprastą reakciją, nereikalaujančią eikovoti smegenų energijos. Įprastas, mažai energijos eikvojantis tinklas leidžia priimti sprendimus, tačiau nepašalina prieštaravimų, kylančių suvokimo metu.
- Analizuodamos prieštarigus vaizdinius žmogaus smegenys siekia išvengti įprastos reakcijos ir pasitelkia naujus ryšius, formuodamos tiesioginės patirties tinklą. Labai svarbu gebėti „įjungti“ tiesioginės patirties tinklą, o ne stereotipinį automatinio režimo tinklą, nes esant įprastiems neuronų ryšiams prieštaravimas, kylantis suvokimo metu, trukdys priimti funkcionalų sprendimą.
- Prieštaringi vaizdiniai griaua visų vidinių procesų, užtikrinančių kompanijos identitetą, vieningą veiklą.
- Vaizdinių analizė, jų perskaitymas ir peržiūra gali naujai padidinti klientų lojalumą ir susidomėjimą kompanijos veikla.
- Kompanijos sėkmė remiasi tikslia logika. Analizuodamas vaizdinius psychosemiotiniu požiūriu, specialistas gali paaiškinti esamą situaciją kompanijoje bei parodyti, kaip ši situacija vystysis.
- „Rebrandingas“ ir dėmesys komunikacijai, reklamai, ofise kabantiems paveikslams turi įtaką pokyčiams kompanijos veikloje.