

ВПЛИВ ЗВУКОВИХ ЕФЕКТІВ НА КОМУНІКАЦІЮ

У сучасному світі комунікація є основним видом взаємодії, передачі інформації між людьми. Для якісного контакту треба знайти підхід, привернути увагу, зацікавити. Продуктивність спілкування, як відомо, багато в чому залежить від уміння достукатися до конкретної людини. Важливо не лише вміти слухати, а й бути почутим. Тому ефективна комунікація складається з багатьох аспектів: картинка, динаміка, звукові ефекти.

Метою статті є розкриття важливості використання інструментів звукових ефектів у комунікації. Дана тема є актуальною, але вона мало озвучена, тому у ході статті висвітлюється опис, переваги, дослідження і думки з використання звукових ефектів. Цей розділ вивчали такі фахівці: О.Бут, В. Різун, Г. Лассвел, О. Ісайкіна, Г. Почепцов.

Звук має велике значення в еволюції життя на Землі, оскільки він служить перспективним засобом передачі інформації у світі живих істот, що доводиться фактом появи звукового спілкування та свідомості в людини. Людина кожену секунду свого життя оточена всілякими звуками. Слух є невід'ємною частиною повноцінного сприйняття картини світу. Звучить усе навколо, але людина чує не все. Однак звуки, які нездатні вловити людський слух, проте впливають на його організм. Цей вплив позначається на нашому самопочутті, емоціях, реакціях [Різун 2001: 32].

Нині вчені у багатьох країнах проводять різні дослідження з метою з'ясування впливу звуку на здоров'я людини. Їхні дослідження показали, що звукові ефекти завдають деяку шкоду здоров'ю людини, але й абсолютна тиша лякає та пригнічує її. Так, співробітники одного конструкторського бюро, яке мало чудову звукоізоляцію, вже через тиждень стали скаржитися на неможливість роботи в умовах тиші. Вони нервували, втрачали працездатність. І, навпаки, вчені встановили, що звуки певної сили стимулюють процес мислення. Звуки, що викликають негативні емоції: шум будівельної та ремонтної техніки, все, що видає характерний металевий брязкіт і дзвін, - дріль, молоток, електропила. За рівнем роздратування гірше лише дитячий плач. Натомість сміх дитини стоїть першим у списку приємних звуків разом зі співом птахів та дзюрчанням води. Навіть звучання музичних інструментів викликає негативні емоції, якщо той чи інший інструмент пов'язаний із неприємними спогадами. Музика - набір звуків, які становлять мелодію та ритм. Вчені довели, що музика позитивно впливає на людину.

О. Бут вказує: «успішна комунікація на споживача працює в тандемі використання органів звуку і зору одночасно. Звукозорове поєднання бере за основу одну особливість: звуковий ряд, в складі якого слова, музика, інтершуми та тиша, потребує для свого розгортання більшого часу і менш піддається часовому ущільненню, ніж зображення. При цьому можна виокремити, що утворювана звукова картина так само багатоскладова, як і зображення. Вона являє собою багаторівневу структуру зі зв'язками у часі демонстрації повідомлення та в умовному просторі подій повідомлення, взаємозв'язку із зображенням та звуковому супроводженню і потребує відповідних багатоаспектних досліджень» [Бут 2007: .27].

«Медіа-комунікація – це інформаційний взаємозв'язок між багатьма людьми, який здійснюється за допомогою технічних засобів», - виділяє О. Ісайкіна. [2019:7]. При цьому розглядаються два аспекти комунікації:

- інтерактивний бік, полягає в організації взаємодії між індивідами які спілкуються, тобто в обміні не тільки знаннями, ідеями, але й діями;
- перцептивний бік, що означає процес сприйняття і пізнання один одного партнерами по спілкуванню та встановлення на цій основі взаєморозуміння.

Функції медіа-комунікації включають: вплив на аудиторію, підтримання соціальної спільності, організацію, інформування, просвітництво, розвага. Конкретний зміст функцій комунікації з одного боку, визначається специфікою соціального, економічного та культурного контексту, з іншого - радикальним чином змінює форми та методи комунікації, культурного виробництва та споживання, сферу економіки, політики та міжособистісних відносин, моделі освіти. Комунікативний процес може відбуватися в режимі реального часу - з одним співрозмовником або з великою кількістю учасників, або в режимі відстроченого спілкування - з одним співрозмовником або з багатьма [Почепцов 2010: 153].

Г. Лассвел розробив модель комунікативного акту. У ній масова комунікація представлена односпрямованим процесом від комунікатора до об'єкта: хто повідомляє - що - по якому каналу - кому - з яким ефектом. Відповідно до цієї структури були виділені такі основні складові:

- керування процесами масової комунікації;
- зміст переданих мас-медіа повідомлень;
- робота самих мас-медіа;
- аудиторія;
- результат комунікаційного впливу [Lasswell 1948: 61].

За допомогою звукових ефектів можна детально налаштувати психологічний вплив на споживача. Методом спроб приходять розуміння які інструменти треба використовувати. Якщо в комунікації треба донести серйозне повідомлення, сконцентрувати увагу, то разом із промовою можна використати звуки напруження, могутності і від цього результат буде ефективніше. Або коли в комунікації разом зі звуком використовується візуал, то треба синхронізувати обидва канали, тобто якщо на зображенні є дерева, то треба додати звук вітру, шелесту листя. Ці аспекти часто не беруть до уваги під час комунікації, але вони є дуже важливими. Професійні спеціалісти мають колекцію звукових ефектів для кожного випадку: звук того як світить сонце, повороту голови людини, появи напису, посилення голосу диктора і т.п. Фахівці цього напрямку вивчають психологію впливу, поведінки, маніпулювання і створюють для людини усі умови повного занурення, легкого розуміння повідомлення тим самим переслідуючи свої певні цілі.

Отже, звукові ефекти мають великий вплив на комунікацію, вони цілеспрямовано діють на психологічне сприйняття інформації людиною і їх детальний чіткий підбір дає ефективні результати.

ЛІТЕРАТУРА

- Lasswell, H.D. (1948). *The structure and function of communication in society*. In: The Communication of Ideas. N.Y.: Harper and Brothers.
- Бут, О. В. (2007). *Звук як компонент образної структури фільму*. В: Київський Національний Університет театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого. URL: <https://mydisser.com/en/catalog/view/129/132/31795.html>.
- Ісайкіна, О. (2019). *Медіакомунікації як інструмент маркетингу соціальних мереж* : дис. канд. іст. наук. Переяслав-Хмельницький.
- Почепцов, Г. (2010). *Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей*. Київ: Альтерпрес.
- Різун, В. (2001). *Основи масового спілкування як духовного єднання і порозуміння*. Львів.

Wpływ efektów dźwiękowych na komunikację

W artykule omawia się problem wpływu efektów dźwiękowych na komunikację, rozważa się ich funkcje i podstawowe element, oraz znaczenie wykorzystania efektów dźwiękowych jako skutecznego narzędzia komunikacji.

Słowa kluczowe: *efekty dźwiękowe, komunikacja, komunikacja medialna, konsument.*

Influence of sound effects on communication

The article reveals the problem of the impact of sound effects on communication, considers their functions and basic elements, argues about the importance of using sound effects as an effective tool for communication.

Key words: *sound effects, communication, media communication, consumer.*