

A LÁTÁS ZSARNOKSÁGA

avagy miért a biológia a valódi megrendelő a vizuális kommunikációban

Amikor egy felületet megterveztetünk – lehet ez egy digitális applikáció a telefonodra, egy weboldal felhasználói felülete, a fizikai termék csomagolása, a szolgáltatásod megjelenítése – legtöbbször hajlamosak vagyunk kizárólag esztétikai megoldásokban gondolkodni, ebben látjuk a feladat lényegét.

De mi a valóságos feladat? A tervezés alapjait nem a képzőművészet vagy az ügyes rajztudás határozza meg, hanem a látásunk hatására testünkben lezajló biológiai folyamatok. Az ember számára a látás nem csupán egy érzékszerv. Számunkra a látás maga a valóság.

A tudomány mai állása szerint a szervezetünk a legnagyobb erőforrásokat azzal emészt fel, hogy a látott információkat feldolgozza. Agykérgünk (cortex) nagyjából 30-50 százaléka vesz részt a látott információk feldolgozásában, értelmezésében és elraktározásában. Összehasonlításképpen a hallott információk feldolgozásáért az agykéreg mindössze 8 százaléka száll hadba, ha pedig a tapintást nézzük, akkor alig 3 százalékról beszélünk.

Biológiai értelemben véve vizuális lények vagyunk. Ha hallunk egy információt, agyunk azonnal próbálja képpé, tehát látott információvá alakítani a befogadott hangokat. Ugyanez vonatkozik a tapintásra: amint egy felületet tapintással érzékelünk, azonnal látjuk magunk előtt az adott felületet.

HISZEM, HA LÁTOM

Ez a mondat maga a bizalom anatómiája. A látás általi elsőprő biológiai dominancia a mindennapi életünk összes szintjét befolyásolja. Nemcsak a gondolkodásunkat, hanem a döntéshozatalunkat és a nyelvhasználatunkat is. A „Hiszem, ha látom” mondat nem véletlenül alakult ki. Ez jelenti azt, hogy számomra akkor bizonyított és hihető valami, ha látom. Azt jelenti, hogy számomra a látás egyetlen jelent a valósággal.

Ha egy vizuális inger kusza, rendezetlen, vagy nem tudjuk egy általunk ismert rendhez igazítani, az emberi test bizonytalansággal reagál, de akár fenyegetésként is megélheti. Mindenesetre a rendezetlen felületet az agy megbízhatatlan forrásként kódolja.

Az információk feldolgozási sebességének versenyében egyértelműen a látásunk viszi el a pálmát. A vizuális ingereket agyunk ezredmásodpercek alatt fogadja be és dolgozza fel. Neurológiai vizsgálatok szerint a képi információ feldolgozása több nagyságrenddel gyorsabb a szöveges információnál. Érdekesképpen: a látott információra 3 nap után átlagosan 64 százalékban emlékszünk, míg a hallott információra 3 nap után csak 10 százalékban.

Amikor egy potenciális vásárló megnyit egy weboldalt, vagy ránéz egy kiadványra, az agya már azelőtt hoz egy ítéletet a márkád minőségéről, mielőtt akár egy szót is elolvasott volna. Ezért a felülettervezés nem egy divatorientált szakma, hanem a platform ésszerű kialakítása a befogadás anatómiájához alkalmazkodva.

A FELÜLETTERVEZŐ FELELŐSSÉGE:

Itt ér össze a biológiai folyamat a tudatos tervezéssel. A legfontosabb szabály, hogy sosem a megrendelőnk ízlésének, és nem is önmagunknak tervezünk, hanem a felhasználó számára. És nem a felhasználó ízlése számára, hanem a felhasználó agyi reakcióira alapozva.

Minden kiválasztott árnyalat, minden formai és tipográfiai döntés, a fehér terek tudatos meghagyása nem más, mint egy-egy neurobiológiai inger kalibrálása. Ha egy felületet túlterhelünk és hiányzik belőle a vizuális hierarchia, az agyat fárasztó munkára kényszerítjük. A felhasználó frusztrálttá válik, és amilyen hamar csak tud, elhagyja a felületet.

A magas szintű tervezés tehát nem öncélú művészkedés, hanem a látás biológiájának mélységes tiszteletben tartása. A jó tervezés tökéletesen és zökkenőmentesen szolgálja ki a legdominánsabb érzékszervünket, a látást.

Weich Éva