

## ЦВЕТ КАК ФАКТОР МЕДИАВОСПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОФОРМЛЕНИЯ СТУДИЙ ТЕЛЕКАНАЛОВ Г. ВОРОНЕЖА

А.С. Гладких

Воронежский государственный университет

[annagladkih@yandex.ru](mailto:annagladkih@yandex.ru)

Медиавоздействие, как известно, - субъективное явление. На восприятие медийной информации влияют: предыдущий опыт аудитории, ее культурный уровень, личность журналиста, концепция СМИ. Исказить восприятие могут множество факторов, в телевизионном жанре основные из них: очередность сюжета, недостаточная или чрезмерная динамика, ассоциации и цвет. Говоря о цвете как о факторе медиавосприятия, мы понимаем непосредственно употребление в материале или речи ведущего слов, называющих оттенки, а также дизайн электронных версий СМИ, интерьер телестудий.

Оформление телевизионной студии, в том числе ее цветовое решение, является чрезвычайно важным аспектом в современном телевидении. Главная причина этого заключается в преобладании сегодня студийных типов передач. Так, в вещательной сетке федеральных каналов («Первый канал», «Россия 1») развлекательные и политические ток-шоу составляют до 70%. На региональном телевидении этот показатель составляет около 50% (на примере канала ТВ-Губерния г.Воронеж). И, совершенно точно, он продолжит свой рост.

Телевизионное воздействие сегодня – процесс интерактивный, т.е. двусторонний. [7: 13] Во многом точность донесения информации зависит от зрителя. Он решает, будет ли просмотрена передача. Телеканалы борются за внимание зрителя, используя различные способы привлечения внимания.

Цвет в этом контексте решает несколько задач. Во-первых, привлечение внимания. Это не говорит о том, что в студиях следует использовать яркие агрессивные оттенки. Важно, чтобы цветовое решение отвечало интересам и ожиданиям той аудитории, на которую телепрограмма направлена. Гармоничное оформление телестудии способно привлечь и заинтересовать аудиторию, повысить рейтинг программы. Вторая функция цвета в телестудии – манипулятивная. В условиях нестабильной политики и экономики возрастает роль телевидения как метода воздействия на сознание масс и управления ими. С этой точки зрения цвет выступает как символ. Например, использование цветов российского флага в политических ток-шоу. Удачное сочетание оттенков способно эмоционально воздействовать на зрителя, задать нужное настроение. А в контексте многочисленных исследований, доказывающих способность цвета физиологически влиять на организм человека, его роль трудно недооценить. Профессионально оформленная студия всегда решает некоторые из вышеприведенных задач, сочетая их с декоративной (эстетической) функцией цвета. Красота – для этого первостепенно нужен цвет.

Как реализованы перечисленные функции применения цвета на региональном телевидении, мы рассмотрели на примере студийных передач телеканалов города Воронеж: ВГТРК и ТВ-Губерния.

Традиционно в оформлении студий тех телепрограмм, которые выходят вечером, используются темные оттенки: глубокий синий, красный, темно-зеленый, черный. Это оправданно: таким образом создается домашняя, доверительная атмосфера. Телевидение старается максимально приблизиться к реальности: зритель смотрит передачу вечером при приглушенном или выключенном свете, такая же атмосфера воссоздана и в студии. Зритель находится «на одной волне» с ведущим и настроен положительно. Информация, подаваемая с экрана, в этом случае будет воспринята позитивно. Дневные передачи, соответственно, имеют светлую студию, здесь преобладают белый, голубой, светло-синий цвета. Этот принцип в оформлении соблюдается в большинстве передач, демонстрируемых на федеральных каналах: например, на «Первом канале» это: вечерние «Что? Где? Когда?», «Вечерний Ургант», «Воскресный вечер» и дневные «Жить здорово», «Модный приговор» и др.

В региональной телевизионной журналистике эта тенденция прослеживается не так явно. На воронежском телеканале ТВ-Губерния выходят передачи «Утро вместе», «День вместе» и «Вечер вместе». Все снимаются в одной студии, выполненной в бежевых тонах. Для вечерней программы включают световые эффекты синего оттенка: они создают спокойную атмосферу. В 21 час на этом канале выходит передача «Эффект времени» с приглашенными экспертами в различных областях (политика, экономика, образование, социальная сфера и пр.). Студия оформлена в бело-красных тонах, что не соответствует вышеуказанному принципу оформления телестудий. Однако в остальном она выполнена удачно: имеет современный и привлекательный дизайн. Белый цвет выступает фоном для личности эксперта, красный добавляет энергию и придает динамичность интервью.

Красный, самый популярный цвет в российской журналистике в настоящее время [6, с. 95], активно используется в оформлении телестудий. Он обладает активизирующим действием, способен зарядить человека энергией и придать сил. Ключевое слово, ассоциирующее с этим цветом, - энергия. Некоторые ученые уверены, что цвет способен влиять на физическое состояние человека. Так, красный «увеличивает мускульное напряжение, повышает кровяное давление и ритм дыхания, стимулирует мозг, эффективен при меланхолии». [1: 60]. Конечно, такой сильный по воздействию цвет, можно использовать только как дополнительный: создать акцент, направить внимание зрителя, придать яркость или динамизм. Чрезмерное употребление красного может дать негативный эффект: «длительная фиксация его вызывает отрицательную реакцию — утомление, раздражение, депрессию» [1: 62].

В «Губернских новостях» (ТВ-Губерния) он сочетается с бежевым и черным. В передаче «Формула здоровья» (ТВ-Губерния) используется в световых коробах и в названии программы (крупная надпись внизу студии). В «Актуальном интервью» (ТВ-Губерния) красный цвет использован в заставке программы, все остальное пространство студии белое. Во всех вышеприведенных примерах красный делает нейтральную студию более яркой и интересной, способствует удержанию внимания зрителя. В студии программы «Вести. Образование» (ВГТРК Воронеж) стойка ведущего выполнена в приглушенном темно-красном цвете, задний фон – в розовых тонах. Для подобного формата (новости в сфере образования) можно выбрать более подходящие цвета: синий, бежевый, серый. Дизайн в красно-розовых оттенках больше подойдет для телепередач, адресованных женской аудитории.

В новостях и политических шоу классическим и наиболее эффективным с точки зрения медиавосприятия является использование оттенков триколора. Федеральные каналы («Первый канал», «Россия 1», «Россия 24») всегда придерживаются этого принципа. В региональной тележурналистике от общепринятого оформления отступили. Студия «Вести Воронеж» (ВГТРК Воронеж) выполнена в следующих цветах: синий, белый, коричневый, кирпичный. Она могла бы быть более легкой для восприятия, если бы кирпичный был заменен на более яркий оранжевый. В текущем варианте студия немного тусклая и темная. Студия «Губернских новостей» (ТВ-Губерния) бежевая с добавлением черного и красного. Это сочетание создает динамичную картинку на экране.

Указанные новостные студии могут быть более эффективными для восприятия даже с прежним дизайном при условии изменений в настройках студийного света. Свет – едва ли не самый важный аспект в организации любой телестудии. Совместно с цветом он создает динамику на экране, акцентирует внимание, воздействует на сознание зрителя и даже манипулирует. Психологи утверждают, что он «бросает вызов человеку, призывает его к действию» [6, с.97]. Основные проблемы, связанные с освещением в студии, это: блики и тени. Они являются причиной быстрого утомления зрителя во время просмотра: энергия тратится на попытки рассмотреть предметы с бликами и находящиеся в тени. Возникает искажение восприятия информации. На региональном телевидении, в основном числе, нет студий с идеальным светом. Основную причину мы видим в дороговизне качественного студийного оборудования. На телеканалах г. Воронежа можно выделить несколько студий с хорошим светом: «Собрание сочинений», «Актуальное интервью» (все – ТВ-Губерния).

Из оттенков триколора белый – самый неоднозначный. Дело в том, что это, так называемый, нейтральный цвет. Его восприятие человеком зависит от расположенных рядом холодных или теплых оттенков. Поэтому он дает большой простор для применения в дизайне студий. В психологии классическим является такое его понимание: «цвет полной открытости, готовность принять все» [6: 98]. Современное телевидение широко применяет белый: в интервью с экспертами, медицинских передачах, утренних шоу. В белых студиях особенно осторожными следует быть с различными световыми конструкциями: они создадут блики и избыток света. Зрителю будет сложно сосредоточиться, а его глаза быстро устанут. Это можно наблюдать, на наш взгляд, в программах «Вести интервью» (ВГТРК Воронеж), «Заметные люди» (ТВ-Губерния), «Территория атома» (ТВ-Губерния).

Синий, традиционно, считается самым спокойным цветом, вызывающим только положительные эмоции. Психология дает ему такое определение: он «способствует концентрации, выделению наиболее значимого, целеустремленности, таинственности» [6, с.98]. Его часто можно встретить в новостных, политических и медицинских программах.

На региональном телевидении г. Воронежа белый и синий цвета не всегда используются в передачах, посвященных медицинской тематике. Например, на ТВ-Губерния передача такого формата («Формула здоровья») снимается в светлой студии со световыми конструкциями светло-синего и светло-красного оттенков. А студия программы «Наш рецепт» с приглашенными экспертами в сфере медицины (выходит на ВГТРК Воронеж), выполнена в зеленом цвете.

Зеленый – это цвет, родственник синему по воздействию. Они обладают схожим действием: успокаивают, снижают тревогу, расслабляют. Ученые называют их «физиологически оптимальными» [1: 63-64]. Зеленый знаком нам с детства: это цвет травы, деревьев, растений. Он автоматически настраивает на положительное восприятие медиа информации. Спортивная телепередача «Марафон» (ТВ-Губерния) снимается в студии, в которой преобладают зеленые и оранжевые оттенки. Это удачный выбор для подобного формата, рассчитанного на молодежную аудиторию. Спокойная расслабленная атмосфера в студии достигается благодаря использованию фона зеленого оттенка и мягких кресел без острых углов светло-оранжевого оттенка.

Отдельное внимание следует уделить оформлению студии программы «Собрание сочинений», посвященной, как следует из названия, литературе. Она выполнена в белом цвете, а на заднем плане размещен стеллаж, заполненный разноцветными книгами. Дизайн студии современный, стильный и привлекательный. Он способен привлечь молодежную аудиторию к просмотру телепередачи. Использование разных цветов придает изображению на экране динамику, настраивает на позитивные эмоции.

Еще один популярный сегодня в российской журналистике цвет – черный. Он, как и белый, является нейтральным. Поэтому имеет много значений, в том числе противоположных. С одной стороны, он «может настроить на меланхолию и уныние» [6, с.98], с другой – помочь сконцентрироваться. Черный цвет – не всегда мрачный и навевающий негативные мысли. Студии интеллектуальных передач, чаще всего, оформлены исключительно в этом цвете. Классический пример – игра «Что? Где? Когда?». На воронежском телевидении подобные телепередачи, как правило, снимаются в белых студиях (например, «Открытая наука» на ТВ-Губерния).

Удачно использован черный в программе «Наш город» (ТВ-Губерния). Электронные блоки этого цвета визуально делят белую студию на две части: ведущий и приглашенный эксперт. Студия передачи «Эффект времени» (ТВ-Губерния) аналогичная, но здесь добавлена заставка красного цвета. Поэтому настрой при просмотре этих передач разный. В первом случае зритель спокоен, возможно будет упускать часть информации. Во втором случае зритель будет более активно настроен на медиавосприятие. Лаконичная студия программы «Просто жизнь» поделена на черную и белую части: в этих зонах размещены ведущий и гость.

Цвет – неотъемлемый атрибут оформления телестудии, имеющий прямое влияние на рейтинг программы и полноту восприятия информации аудиторией. Телепрограмма с

интересными материалами и популярным ведущим может быть не интересной из-за ошибок в оформлении телевизионного пространства.

*Список литературы*

1. Ложкин Л.Д., Неганов В.А. Цвет, его измерение, воспроизведение и восприятие в телевидении: в 2 ч. Самара: ПГУТИ. 2013. 286 с.
2. URL: <http://www.1tv.ru>.
3. URL: <http://vestivrn.ru>.
4. URL: <http://tv-gubernia.ru>.
5. Шалимова Л.А. Реклама. Цветовые каноны в социальном пространстве человека: культура, восприятие, функционирование цвета. Филиал РГСУ в г. Дедовске. 2010. 336 с.
6. Шестерина А.М. Психология журналистики: учебное пособие: Ч. 1. Воронеж: Изд-во факультета журналистики Воронежского государственного университета, 2011. 190 с.
7. Шумилова Светлана Дмитриевна. Цвет в системе художественных средств современного телевидения: диссертация: 17.00.03. М., 2006. 159 с. РГБ ОД, 61:06-17/89