

\*\*\*\*\*

## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

\*\*\*\*\*

УДК 070.654.197

І.Л. Пенчук

### КОЛЬОРОВИРІШЕННЯ ДИТЯЧОЇ ПРОГРАМИ: ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ

*У статті досліджено кольорове сприйняття телевізійної продукції дитячою аудиторією. Проаналізовано основні кольорові рішення студійного оформлення, образів ведучих, ігрових елементів дитячих програм та їх вплив на аудиторію.*

**Ключові слова:** телебачення для дітей, дитяча передача, колір, гама, дизайн, студія, образ, вплив.

У сучасну епоху формування інформаційно-комп'ютерної й аудіовізуальної цивілізації телебачення стало частиною загальної системи культури суспільства, активно впливаючи на спосіб життя людини. Поліфункціональність телебачення, розвиток його одночасно як засобу масової комунікації і як мистецтва породили специфічні форми відображення дійсності і створили "універсальну" мову на стику ЗМК й мистецтва. Ось чому на телеекрані виникає відмінний від інших видів мистецтва та засобів комунікації синтезований образ світу. Сьогодні телебачення, використовуючи новітні технології, не тільки впливає на розповсюдження інформації, трансляцію подій, репродукування культурних цінностей, а і створює нові, яскраві, видовищні програми й передачі.

Новітні форми телевізійного комунікативного поля не тільки концентрують глядацьку увагу, а і змінюють картину того, що відбувається. Під впливом цифрових технологій трансформується і телевізійна мова, яка є одночасно і засобом художньої виразності, і засобом впливу на глядацьке сприйняття.

В інформаційне поле включається потужна система інтерактивного взаємодії двох структур – телевізійного мовлення і глядацького сприйняття. Ця система замкнена у своїй єдності. Засоби інтерактивного впливу на глядача видозмінили уявлення про види комунікації. Інтерактивні форми надали телевізійному екрану іншого рівня "достовірності".

Отже, сьогодні теоретики аудіовізуального мистецтва звернулись до вивчення проблем, пов'язаних з екранною реальністю. Телевізійне видовище поступово переростає в "гіпертекст" сучасної культури, де поняття "реальності" поділяється на складові: репродукція дійсності, "друга реальність", "віртуальна реальність".

Синтез екранного образу перетворюється із синтезу звуку й зображення в синтез нової структурної моделі відображення дійсності. При цьому особливої ролі набуває кольорове рішення, яке може ще більше наблизити екранне зображення до життя чи створити ілюзорний світ, перенести глядача до світу фантазії й символів, замінивши відображення "дійсності" образною видовищністю. Видовищна форма стала невід'ємною частиною всієї телевізійної продукції в цілому, і дитячого телебачення зокрема.

Саме тому однією з важливих передумов для аналізу стало посилення ролі кольору при створенні дитячих програм різних жанрів. Ця тенденція ставить перед авторами дитячої телепродукції коло питань:

- як впливає на дитину безперервний інформаційний потік;
- за якими законами створюються сьогодні телевізійні образи;
- як трансформується технологія створення дитячих програм;
- які подальші шляхи розвитку кольору в дитячому телебаченні.

Усі ці питання потребують ретельного дослідження. Попередній аналіз проблеми продемонстрував, що використання новітніх технологій змінило можливості екранної виразності й підхід до художнього вирішення екранного простору, яке одночасно є і реальним, і символічним. І тут особливу роль відіграє кольорове рішення, яке може бути і засобом художньої виразності, і засобом впливу на дитину. Звідси впливає роль кольорового рішення студійного простору як частини екранного образу дійсності, оскільки більшість дитячих програм на телебаченні – студійні.

Аналіз сучасних дизайнерських рішень дитячих студій різних телеканалів дає змогу констатувати, що вони (студії) виконують дві функції: є частиною життєвого простору і, одночасно, складовою іміджу самого каналу. Таким чином, єдність спільного кольорового рішення каналу включена в синкретизм екранної символіки. Така гармонія в кольорах буде відсутньою лише за умов, якщо програма буде ретрансляційною.

Протягом тривалого часу проблема впливу кольору, особливості кольорового сприйняття і питання, пов'язані з кольоровим баченням, хвилювали вчених-природників, психологів та фізіологів. Такі вчені, як І. Ньютон, Т. Юнг, Г. Гельмгольц розробляли теорію кольору, спираючись на емпіричний досвід. Засадничими є дослідження кольорового бачення Т. Юнга, який розробляв теорію кольору і був послідовником І. Ньютона [11, с. 256]. Проте якщо І. Ньютон розглядав змішування кольорів як фізичне природне явище поза зв'язком із властивостями людського ока і вважав, що існує сім первинних кольорів, то Т. Юнг включив до свого дослідження зорове сприйняття людини.

Основними кольорами, які сприймає людина, Т. Юнг назвав спочатку червоний, жовтий, синій. Однак пізніше він змінив свою точку зору і виокремив як провідні кольори – червоний, зелений і фіолетовий. Його досліді стали підґрунтям для подальших досліджень зорового сприйняття.

Відомому вченому-офтальмологу Г. Гельмгольцу вдалося на практиці довести правильність ідей Т. Юнга, які полягали в тому, що пояснення існування трьох основних кольорів лежить не в природі кольору, а у фізіології людини [10, с. 261].

Ці та інші дослідження дали поштовх для подальших розробок технології передачі кольору в кіно та на телебаченні, оскільки сумарні кольори є основою для всього кольорового спектра, що розпізнає людське око залежно від коливань променевих потоків.

Поруч з фізіологічним сприйняттям кольору існують ще й інші особливості його сприйняття. Зокрема, психофізіологічне сприйняття може мати як загальний, так і індивідуальний характер. Особливий внесок у вивчення психології сприйняття кольору зробив М. Люшер. Дослідник за допомогою психологічних тестів та їхньої аналітичної інтерпретації довів, що існують загальні психофізіологічні закономірності сприйняття кольору, які змінюються під впливом суб'єктивного стану людини [6].

Особливу роль у розвитку теорії телебачення, сприйняття телевізійної продукції аудиторією відіграли праці українських науковців О. Білоус, Н. Габор, В. Гоян, Н. Грачової, З. Дмитровського, О. Косюк, Л. Конюхової, В. Лизанчука, Б. Потятиника, Н. Темех, Ю. Шаповала, О. Штурнак та інших.

У дослідженнях українських науковців розглянуто питання, пов'язані з особливістю побудови інформаційних, аналітичних і публіцистичних програм та їх роллю в розвитку українського телебачення.

У більшості наукових праць мова йде про образну побудову телепередач, автори лише побічно торкаються кольорових образів, можливостей впливу кольору на глядацьке сприйняття.

На особливу увагу заслуговує дисертація В. Гоян "Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри діяльності журналіста" [1], а також інші публікації цього автора, пов'язані з вивченням кольористики та зображальної естетики телевізійних програм [2]. Ці розробки дають змогу повніше розкрити особливості образної кольорової побудови інформаційних та інформаційно-аналітичних програм останніх років.

Н. Грачова у своїй статті "Вплив електронних засобів масової інформації на свідомість людини" доводить, що "засоби масової інформації, а особливо телебачення, охоплюють найширший людський простір. Крім того, вони володіють найбільшою швидкістю інформування, оберненого зв'язку, найповнішою системою впливу – колір, музика, рух, ретроспекція, іншомовні запозичення (до того ж телебачення імітує природні спілкування)" [3, с. 133].

Особливості виразально-зображальних можливостей телебачення, загальні пізнавальні і психологічні особливості відображення подано в дослідженнях Ю. Шаповала [8]. Автор детально аналізує поняття аудіовізуальності сучасної телевізійної публіцистики і констатує, що "телезображення дає можливість бачити "не законсервоване" життя, а показує людину з її думками і переживаннями, які можна безпосередньо спостерігати, з ними можна зіставити власний ритм життя, соціальну активність, роздумувати про час і людину" [8, с. 72–73].

Професор З. Дмитровський зауважує, що "природні виразальні засоби (слово, шуми, акустика) у поєднанні створюють лише звукову картину події, а телебачення робить її зримою, через що у глядачів і виникає ілюзія співучасті. З погляду семіотики, зображення є такою ж знаковою системою, як і мова, підпорядковується воно тим же загальним закономірностям і теж мусить мати свою "граматику". Нерозуміння вимог до зображення на телеекрані, нехтування ними породжує невиразність і випадковість візуальної інформації" [4, с. 15–16].

Вибір кольору в дитячій програмі, а тим більше, у фірмовому стилі концепції циклу програм не може залежати від смаків телевізійного дизайнера. З одного боку, це один з найпростіших засобів привернути увагу аудиторії, а з іншого – сильний подразник, здатний перешкодити нормальному сприйняттю. Тому дизайнеру необхідно оптимально розв'язати цю суперечність.

Крім автономного значення кольору в дитячій програмі, на його вибір впливають й інші чинники:

- створюваний образ;
- психолого-вікові особливості аудиторії (дитячі вікові групи за різними класифікаціями поділяють на 3–5 вікових сегментів);
- характер потенційного об'єкта програми;
- технологія передачі кольору й засоби передачі інформації.

Вплив кольору в дитячій програмі також залежатиме від особливостей контексту:

- загального фону й кольорів поруч;
- міри освітленості приміщення;
- місця розташування стосовно людей у кадрі.

Аналізуючи кольорову гаму дитячих програм провідних телеканалів України, ми зробили спробу поділити їх за психологічним впливом на маленького глядача.

Жоден колір не має такої великої кількості полярних значень, як червоний. Цей колір є збудником і нерідко функціонує як подразник. Водночас, його невелика кількість має бути життєствердним чинником. Це теплий колір, який стимулює роботу мозку, є ефективним для меланхоліків.

Використовуючи в програмі червоний колір, варто пам'ятати, що він зменшує дистанцію, пришвидшує час, підвищує сексуальну активність і сприяє покращенню апетиту, тому бажано його використовувати в тандемі з іншими кольорами. Так, наприклад, у програмі “Сім'я від “А” до “Я””, що позиціонує себе як відеоенциклопедія для всієї родини, червоний колір використовують разом із блідо-жовтим і оранжевим, що заспокоює дитину (недарма у створенні програми беруть участь досвідчені психологи, компетентні лікарі й педагоги).

Психологи попереджають, що перевантаження червоним негативно впливає на підлітків, оскільки вони нерідко його заперечують. Причиною такого ставлення може бути невдача в коханні або страх, перенесений у реальному житті. Натомість цей колір в оточенні рівних кольорів створює відчуття свята. Так, наприклад, у програмі для дітей “Пустотливі пальчики” (ТЕТ) невеличкі смужки червоного в оточенні великих рожевих і фіолетових плям в оформленні студії допомагають дитячій аудиторії відчувати, що малювання, ліплення, створення чогось своїми руками – це не тільки уроки праці у школі, а й цікава гра. Веселі ведучі програми Стівен і Ферн у яскравих футболках (рожевих, червоних, фіолетових, салатних) допомагають створити зі звичайного аркуша паперу симпатичне зелене жабеня, яскраві кольорові браслетики дружби, синю акулу, жовту картонну долоню та багато інших цікавих іграшок.

Жовтий колір стимулює мозок і ефективний під час утоми. Цей колір дуже контактний: разом із зеленим розкріпає дитину, впливає як чинник оновлення (“Клуб Суперкниги” (Перший національний), “Країна диваків” (канал “Київ”)),

“Ранковий мультик” (ТЕТ); синій і фіолетовий поруч із жовтим яскравіше демонструють свої якості (“Пустотливі пальчики” (ТЕТ), “Мультисвіт” (ОТВ)). Коли жовтий розташований навпроти іншого кольору, він наче робить йому комплімент (протилежні кольори називають компліментарними).

Жовтий колір обов'язково має бути присутнім у програмах пригодноницького характеру, оскільки він притаманний мрійникам, фантазерам, новаторам, йому властиві оригінальність і оптимізм (“Відпустка навпаки” (ТРК “Україна”). Цей колір також пришвидшує сприйняття, посилює перистальтику і покращує зір (хоча є сумнівні взагалі з приводу покращення зору через телебачення). Наявність жовтого кольору зменшує конфліктність, підвищує цікавість до зовнішнього світу; додає комунікабельності в одяг ведучих та героїв програми, а в поєднанні із сірим створює інтелектуальність і ненав'язливу яскравість.

Варто познайомитися ще з одним цікавим синтезом. Яскравість жовтого й заспокійливий ефект синього консервуються в зеленому кольорі. Він статичний, але не пасивний, являє собою скоріш потенційну енергію, ніж кінетичну. Чим більша частка синього в зеленому, тим стабільніше психологічний вплив кольору, а чим більше жовтого – тим “тепліше” впливає зелений. Цей колір має гіпнотичні властивості, впливає на нервову систему, знімає напруження, втому, знижує кров'яний тиск, підвищує тонус і настрій. Вибір на користь зеленого – це намагання домінувати в поглядах і моралізаторстві.

Темно-зелений колір в одязі ведучих або рухомих картинках у кадрі – це стабільність, упевненість, наполегливість і консерватизм, а світло-зелений – миролюбство й комунікабельність. Так, наприклад, у програмі про тварин “Для маленької компанії” (ТРК “Київ”) домінує саме темно-зелений колір – колір природи, за допомогою якого діти позитивно сприймають інформацію про те, як правильно виховувати маленьких цуценят, купати та розчісувати кішок рідкісних порід, годувати папуг тощо.

Комфорт і затишок надає використання оранжевого кольору. Він стимулює почуття й емоції, створює почуття свята, благополуччя, проте може втомити. Стимулювальний оранжевий колір символізує відкритість до спілкування. Перевага цього кольору наявна у програмах: ранкові програми для малят “Ранковий мультик”, “Пригоди kota Сметанкіна”, “Пустотливі пальчики” (ТЕТ), програма для батьків і дітей “Очам не вірю” (ТРК “Україна”), сімейне реаліті-шоу “Відпустка навпаки” (ТРК “Україна”), дитяча програма “Мультисвіт” (ОТВ), програма для підлітків “Країна диваків” (ТРК “Київ”), дитяче інтерактивне шоу “Містер Мейкер” (телеканал “Сіті”).

Використання синього кольору в дитячих програмах підкреслює відстань і дистанцію, це колір медитації, містики і споглядання. Влучним є використання цього кольору у програмі

“Загадки НЛО” (телеканал ТВі), в якій розповідають про загадки інопланетних цивілізацій, подробиці контактів із прибульцями, урядові змови та плани на випадок вторгнення, подорожі на космічних кораблях, позаземні технології, історії мисливців на прибульців.

Протилежний червоному, синій колір значно знижує тиск, знімає напруження і збудження, зменшує апетит. Перебільшення цього кольору на екрані викликає відчуття холоду, розвертає людину в середину себе, оптично розширює простір. Сині предмети в кадрі здаються важкими. Одяг ведучого синього кольору надає впевненості й солідності, створює образ чутливої, схильної до традицій, духовності і споглядальності людини. У поєднанні з вишневим і білим з м'яким блиском металу створює респектабельність і авторитетність.

Позитивно сприймає дитяча аудиторія поєднання червоного й синього, оскільки створений цими кольорами фіолетовий асоціюється у дітей з фокусниками, магами (наприклад, у фіолетових ковпаках і плащах діти малюють чарівників). Так, у програмі “Як виникла Земля” (телеканал “ТВі”) розповідають про виверження гігантських вулканів, зародження найбільших річкових систем та перерозподіл океанів, появу бездонних ущелин і захмарних гірських масивів. Неймовірна магічна подорож у синьо-червоних тонах на 4,5 мільярда років назад розповідає про те, як виникла Земля, й викликає у маленьких глядачів бажання цікавитися й вивчати історію своєї цивілізації.

Ці самі кольори притаманні ще одній програмі телеканалу “ТВі” – “Як почалося життя”. Автори програми, використовуючи вищезгадану гаму кольорів, розповідають глядачам про те, чи виникло життя від удару блискавки у водоймище, наповнене амінокислотами; чи була Земля повна живими організмами за мільярди років до виникнення динозаврів; які одноклітинні організми наповнювали океани; які живі істоти існували на Землі, і як одна клітина перетворилася на такий багатоклітинний організм, як людина.

Сірий колір додає нейтральності, скромності, відгородженості від зовнішнього світу. Світлий і легкий, цей колір має відтінок інтелігентності, розуму. Його вибір у фонових елементах в оформленні програми передбачає готовність до контакту. Так, програма повчального характеру “Маленька перерва” (телеканал “ТВі”), де фоном є сіра шкільна дошка, розповідає про внутрішній світ дітей шкільного віку: як маленькі діти уявляють собі доросле життя, як сприймають своє. Спочатку автори адресували програму дітям шкільного віку, але практика довела, що її глядачами є і батьки, і вчителі. Хоча у програмі й переважає “моралізаторська” сіра кольорова гамма, проте за рахунок поєднання із зеленим, червоним і жовтим кольорами програма з легкістю та гумором розкриває глядачам істинні думки дітей, їх емоції, мрії й надії на майбутнє.

Використання сірого кольору в одязі ведучих не бажане, оскільки сіра оболонка – закриття від зовнішнього світу. Проте нерідко цей колір використовують в одязі ведучих інтелектуальних шоу, оскільки в діловому гардеробі він свідчить про стриманість та інтелектуальність (одяг Тіни Канделаки у програмі “Найрозумніший”). У поєднанні з рожевим сірий свідчить про елегантність, з жовтим – про безпеку, з невеликою кількістю червоного – додає авторитетності й раціональності.

Чистий і холодний білий колір викликає у людей відчуття невідчужуваності, порядності і претензійності, а в маленьких глядачів асоціюється з лікарями й зимовими канікулами. У цьому кольорі мало діловитості, проте в поєднанні з іншими контрастними кольорами він створює категоричність і закінченість.

Якщо білий колір – це розчинення та відображення, то чорний – згущення й поглинання. Це колір протесту, характерний для екстремальної поведінки, завжди впливовий і таємничий. Якщо білий колір створює дистанцію, то чорний – бар'єр.

Чорно-біла гамма притаманна проекту “Ген жорстокості” виробництва “07 продакшн” (телеканал “К1”). Документальний проект Іларіона Павлюка – це журналістське дослідження теми дитячої жорстокості на конкретних прикладах. Багато з них стали причиною для відкриття кримінальних справ, як, наприклад, у випадку з двома підлітками 17 і 18 років, які зняли “по приколу” сюжет, де вони знуцаються над своїм однолітком, погрожуючи ножом і вимагаючи 30 гривень. Використання в проекті чорного кольору демонструє глядачам жорстокість сучасного покоління підлітків, примушує замислитися над розробкою системи виховання таких дітей. Більшість проектів пізнавально-розслідувального характеру каналу “К1” представлені саме в чорно-білих тонах (“Скептик”, “Таємні знаки”, “Теорія неймовірності”, “Фантастичні історії”).

Кольорова гармонія у сприйнятті дитині викликає не як відображення об'єктивної реальності, що викликає відповідну реакцію, а як властивість естетичної свідомості, яка постійно розвивається. Колір у програмі дитина сприймає як частину мальовничого образного рішення, оскільки він уже поєднаний певною композицією, посилений монтажними зіставленнями або протиставленнями та звуковим супроводом.

Колір – це яскравий бік дитинства. Діти люблять колір, реагують на нього, грають з ним і захоплюються. І якщо реакція дитини на колір не така, як у дорослих, то журналістам, телевізійникам, режисерам і продюсерам дитячих програм необхідно зробити все, щоб колір став їх союзником у формуванні й розвитку підрастаючого покоління.

#### Список використаної літератури

1. Гоян В. Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри

- діяльності журналіста : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.01.08 "Журналістика" / В. Гоян. – К., 1999. – 19 с.
2. Гоян В. Кольористика та зображальна естетика телевізійних програм: світовий досвід : метод. рекомендації. / В. Гоян. – К., 2002. – 40 с.
  3. Грачова Н. Вплив електронних засобів масової інформації на свідомість людини / Н. Грачова // Телевізійна і радіожурналістика : зб. наук.-метод. праць. – Л., 2000. – Вип. 3. – С. 133–137.
  4. Дмитровський З. Телевізійна інформація: теорія і практика : навч. посіб. / З. Дмитровський. – Л.: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. – 128 с.
  5. Іваненко С. Одиначне та особливе в лексико-семантичних групах на позначення кольору в сучасній російській мові 2001 года. : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.02 "Російська мова" / С. Іваненко. –Д., 2001. – 20 с.
  6. Люшер М. Цветовой тест Люшера / М. Люшер. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. – 192 с.
  7. Пилюгина Э. Сенсорные способности малыша: Развитие восприятия цвета, формы и величины у детей от рождения до трех лет / Э. Пилюгина. – М.: Мозаика-Синтез, 2005. – 117 с.
  8. Шаповал Ю. Телевізійна публіцистика: методологія, методи, майстерність : монографія / Ю. Шаповал. – Л.: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. – 233 с.
  9. Шевченко І. Колір як естетичний феномен : дис. ... канд. філол. наук : спец. 09.00.08 "Естетика" / І. Шевченко. – К., 2000. – 162 с.
  10. Эйнштейн А. Собрание научных трудов / А. Эйнштейн. – М.: Наука, 1966. – Т. II. – 878 с.
  11. Эйнштейн А. Физика и реальность : сб. статей / А. Эйнштейн. – М.: Наука, 1965. – 360 с.

Стаття надійшла до редакції 04.11.2013.

#### **Пенчук И.Л. Цветорешение детской программы: особенности влияния на аудиторию**

*В статье исследовано цветовое восприятие телевизионной продукции детской аудитории. Проанализированы основные цветовые решения студийного оформления, образов ведущих, игровых элементов детских программ и их влияние на детей.*

**Ключевые слова:** телевидение для детей, детская передача, цвет, гамма, дизайн, студия, образ, влияние.

#### **Penchuk I. Color scheme of the children's program: features impact on the audience**

*The article is devoted to the colour perception of television products by children audience. The author analyzes the main colour layout of studio's design, the image of the host, game elements of children programs and their effect on the audience.*

*In general the entertainment form is an essential part of the entire TV products including television for children.*

*Consequently, one of the basic prerequisite for the analysis is the intension of colour share in the production process of children programs of different genres.*

*The preliminary problem analysis demonstrated that the use of modern technologies changed possibilities of screen expressiveness and artistic approach to screen space solution which becomes real and symbolic at the same time. In this case specific role is played by a color solution that can be simultaneously a way of artistic expression and a way of influence on the baby.*

*This implies the role of color solution of studio space as a part of the screen image of reality, as most of children programs on television are produced in studio format.*

*The analysis of modern design solutions in children studios of different television channels reveals that they (the studios) perform two functions: they are a part of the living space and a part of the channel's image at the same time. Hereby, the unity of the channel's image common color solution is included in the screen symbols' syncretism. This colors' harmony can be missed in case of another channel's program rebroadcasting.*

*Colour harmony in the perception of the children is not the reflection of objective reality which causes them to respond, colour harmony is the property of the children's aesthetic consciousness that is constantly evolving. A child perceives colour in the program environment as a part of figurative pictorial solution, because it is already linked to a certain design, reinforced by assembling comparisons or oppositions and audio feedback.*

*Colour is a vivid side of childhood. Kids love colour, react to it, play with it and admire. If the children's reaction to the colour doesn't confirm to perception of adults; journalists, broadcasters, director and producer of children's programs are to use the colour as a staunch ally in the formation and development of the younger generation.*

**Key words:** television for children, the children's program, color, scale, design, studio, an image, influence.