

**Анализ цветового решения российских телеканалов с точки зрения  
психологии зрительского восприятия**

**Научный руководитель – Ревенко Анастасия Андреевна**

***Кручинина Татьяна Сергеевна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа  
телевидения (факультет), Москва, Россия

*E-mail: tanruc@list.ru*

Актуальность данного исследования обусловлена несколькими факторами. Из всех СМИ телевидение оказывает самое большое влияние на зрителя, за счет сочетания звука и изображения. Но, несмотря на это, вопрос «картинки», на сегодняшний день изучен мало, особенно со стороны цветового решения и дизайна. Безусловно, существует большое количество статей, книг, исследований и фильмов о психологии цвета и колористики. Но в контексте телевизионных каналов и их цветового решения данный вопрос ранее не рассматривался. Исследовав данную тему, зритель научится замечать те вещи, которым раньше не придавал никакого значения.

Современные графические дизайнеры, продюсеры, режиссеры монтажа работают над созданием индивидуального образа канала. Для них важен простой, но в тоже время узнаваемый бренд. Ведь отношение к телеканалу со стороны зрителей складывается не только из контента, но и из дизайна и цветового решения в том числе.

Например, красный - цвет акцента и привлечения внимания. Он способен возбуждать, бодрить, заряжать силой и энергией. [1]. Красным цветом выделяется телеканал «Матч!ТВ». Что, если не энергия и сила, постоянно необходимы спортсменам. Таким образом, использование этого цвета полностью оправдано дизайнерами.

Зеленый, в первую очередь, ассоциируется с цветом природы. Он способен успокаивать психику и даже нормализовать давление [5]. В Исламской религии именно зеленый считается главным и священным цветом [1]. Моментальная ассоциация с зеленым цветом - деньги, долларова купюра. Отсюда следует, что это цвет стабильности, уверенности, надежности, устойчивости [1]. Телеканал «НТВ» оформлен как раз в такой гамме. Основная целевая аудитория «НТВ» - мужчины. Именно мужчина считается главой семьи, опорой, надежностью.

Розовый - цвет мягкости и женственности. Оттенки этого цвета успокаивают и смягчают эмоции [5]. В таком цветовом решении выполнен российский телеканал «Домашний». Если внимательно изучить дизайн, то уже можно понять, на какую целевую аудиторию направлен канал. Главные отличительные особенности оформления телеканала «Домашний» - розовые цвета и его оттенки, абстрактные, но понятные орнаменты. Слоган телеканала - «всегда для женщин».

Синий (голубой) - данный цвет ассоциируется с водой и спокойствием [1]. Именно голубой цвет чаще всего называют любимым. Он способен вызывать чувство умиротворения, благополучия и доверия. Темно-голубой является символом успеха и власти. Нередко этот оттенок связывают и с высоким статусом, от фразы «голубая кровь» [5]. В оттенках синего цвета выполнен российский телеканал «Первый». Если проанализировать значение и посыл синего цвета и его оттенков, то можно сопоставить их с целями и задачами «Первого канала». Люди должны доверять, внимательно смотреть и успокаиваться от просмотра данного телеканала.

Желтый - цвет солнца и хорошего настроения. У большинства людей этот оттенок ассоциируется с летом и чем-то ярким и теплым. [5]. Желтый, действительно, поднимает настроение и располагает к развлечениям. В подобном цветовом решении оформлен телеканал «СТС». За годы своего существования он много раз проводил ребрендинг, смену контента и направленности. На 2018 год «СТС» - развлекательный телеканал. Его базу составляют юмористические программы и комедийные сериалы.

Фиолетовый - этот цвет представляет собой смешение красного и синего цветов. Он априори включает в себя два начала и две стороны. Нередко этот цвет ассоциируют с чем-то магическим и потусторонним [1]. Телеканал «ТВЗ» выполнен в фиолетовом дизайне. Контент «ТВЗ», шоу об экстрасенсах и предсказаниях, и его цветовое оформление полностью оправдывают друг друга.

Таким образом, можно сделать вывод, что дизайн и цветовое решение телеканалов - это не случайность. Каждая деталь и цвет должны отражать направленность канала, его цели, задачи и ориентацию на определенную целевую аудиторию. И, конечно, каждый телеканал при помощи оттенков создает определенное настроение для телезрителей и подводит его к нужному психологическому состоянию. Если необходимо взбодрить, то используют красные и желтые цвета, если успокоить, то синие и зеленые. Все это часть телевизионной стратегии управления эмоциональным состоянием зрителей.

### Источники и литература

- 1) Базыма Б.А.; Психология цвета: Теория и практика. Изд:Речь 2005 ISBN 5-9268-0363-2.
- 2) Голядкин Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. М., 2006.
- 3) Лебедев – Любимов А. Л. Психология рекламы. — СПб.:Питер. 2002. — 36 с. ил. — (Серия « Мастера психологии») ISBN 5-94723-364-9.
- 4) Выдержки из интервью с заместителем генерального директора по научной работе НИИ телевидения Цыцулиным Александром Константиновичем от 16 декабря 2016 г.
- 5) Интернет-журнал о психологии [creative-psychology.jimdo.com](http://creative-psychology.jimdo.com)