Мостепанова Юлия Владимировна. Содержание и структура телевизионных сообщений как факторы их эффективности : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.01.10, 19.00.01.- Москва, 2002.- 241 с.: ил. РГБ ОД, 61 03-10/985-4

московский ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени М.В.ЛОМОНОСОВА

Факультет журналистики

Кафедра телевидения и радиовещания

На правах рукописи

Мостепанова Юлия Владимировна

СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ТЕЛЕВИЗИОННЫХ СООБЩЕНИЙ

КАК ФАКТОРЫ ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Специальность:

10.0 Г10 - журналистика;

19.00.01 - общая психология, психология личности, история психологии

Диссертация

на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Научный руководитель

кандидат филологических наук,

доцент Г.В .КУЗНЕЦОВ

Москва

2002

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

ГЛАВА 1. Эффективность телевизионных новостей 18

§1. Критерии эффективности СМИ 18

§2. Представления практиков о назначении и особенностях информационных

программ ТВ 35

§3. Роль теленовостей для аудитории 60

1. Результаты социологических опросов о новостных программах 60

2. Телеметрические данные по новостным программам 63

3. Выводы: психологический мониторинг новостей 73

ГЛАВА 2. Усвоение телевизионной информации 87 §1. Общая характеристика усвоения информации зрителями теленовостей

87

§2. Мотивационный аспект усвоения телесообщений 91

§3. Познавательный аспект эффективности телесообщений 105 §4. Зависимость усвоения информации от строения телесообщений

132

1. Вербальное «оформление» телепрограммы 132

2. Процессы переработки информации телезрителями 143

3. Проблема соответствия визуальной и вербальной составляющих

телесообщения 159

4. Роль последовательной структуры повествования в телесообщениях

172

5. Влияние монтажных переходов на переработку телесообщений 177

6. Информационная избыточность телесообщения 180

7. Конкретное и наглядное представление информации 183

§5. Влияние структуры выпуска теленовостей на запоминание информации аудиторией 186

з

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 191

ЛИТЕРАТУРА 208

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Телеметрические данные TNS/Gallup Media (характер

просмотра вечерних информационных программ ТВ) 224

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Список литературы по разделам 226

Книги и статьи по теории журналистики и проблеме эффективности СМИ 226

Литература по вопросам речевого воздействия и информационной насыщенности

текста 229

Психологическая литература 233

Диссертации и авторефераты 234

Дополнительные источники 234

Периодические издания 235

Литература на английском языке 238

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В заключение мне бы хотелось сделать несколько пояснений относительно путей применения приведенных в данной работе сведений, а также о перспективах исследований усвоения телевизионной информации.

Первый и весьма важный вывод заключается в том, что просмотр телевизионных программ для зрителя, хоть это и не согласуется с привычной житейской логикой, отнюдь не простое занятие . Мы привыкли считать, что время, проведенное перед телевизором, - это время отдыха, развлечения или бездействия. Но это верно лишь в том смысле, что у людей преобладает подобная установка по отношению к телевидению. На деле телесмотрение включает в себя ряд сложных познавательных процессов (инерция внимания, кодирование, хранение и извлечение информации), требующих серьезных умственных затрат. Человек не всегда готов и не всегда имеет возможность использовать столько ресурсов, сколько необходимо и достаточно для переработки конкретного телевизионного сообщения, будь то рекламный ролик, сюжет информационной программы или отрывок из развлекательной передачи.

В современной телевизионной практике эффективность сообщений определяют путем социологических опросов, а также он-лайновых исследований, позволяющих с разной степенью точности отследить реакции зрителей в момент текущего телепросмотра (сюда относятся данные телеметрии; психологические замеры реального поведения перед телеэкраном; экспериментальные исследования процессов переработки телесообщений)[[1]](#footnote-1) [[2]](#footnote-2). Для успешной работы производителям телепрограмм необходимо владеть информацией об условиях, в которых обычно происходит телесмотрение, о психологической роли программ соответствующего типа для разных целевых групп аудитории, а также о том, как лучше организовать телесообщение. Все это было проанализировано в настоящей работе.

Если вернуться к расширенному рассмотрению проблемы телевизионной эффективности (см. §1 первой главы), то соответствующие процессы можно представить в виде «пирамиды эффективности». Конечная цель создателей сообщений - усвоение телезрителями информации, ценностей, отношений и т.п. Однако телевизионному сообщению не так-то просто дойти до «конечного пункта психологического назначения», поскольку в пирамиде телевизионной эффективности каждый предыдущий уровень еще не гарантирует наступления следующего.

1. Доступность телевизионного сигнала для аудитории, проживающей в той или иной географической области.
2. *Вероятность контакта с сообщением2^.*

Здесь можно выделить три характеристики: средний процент времени, когда телевизор включен (именно об этом обычно говорят различные телеметрические показатели); средний процент времени, когда зритель находится в комнате с телевизором; выбор канала телезрителем (включение и переключение «кнопок»).

Цифры неутешительны. От 13 до 19% времени, когда телевизор включен, его никто не смотрит, т.к. в комнате никого нет («холостой ход»). Остается примерно 87% (100% - 13%) «полезной» работы телевизора.

Что касается выбора канала для просмотра, то здесь вносят свою лепту пульты дистанционного управления, которые значительно облегчили зрителям задачу поиска интересных программ для просмотра[[3]](#footnote-3) [[4]](#footnote-4).

1. Визуальное внимание к телесообщению.

Здесь нужно учитывать как непроизвольные процессы (вроде инерции внимания), так и произвольные, подконтрольные зрителю (связанные с его мотивами, целями и задачами при просмотре телепрограмм). Около трети времени, когда зрители находятся в комнате, они не смотрят телевизор по причине разнообразных отвлекающих занятий. Значит, зрители обращают внимание на происходящее на телеэкране (т.е. визуально ориентированы в сторону экрана) лишь около 58% (87%\*2/3) от того времени, когда телевизор включен.

В итоге получартся, что только 60% времени работы телевизора люди действительно смотрят на экран. Естественно, угрожающе низких объемов реального телесмотрения, какие получаются при таком коэффициенте, нельзя обнаружить ни среди результатов опросов населения, ни в телеметрических отчетах. Если сравнить результаты он-лайновых замеров реального поведения перед экраном с данными самоотчетов телезрителей - такое сопоставление произвели Bechtel, Achelpohl и Akers, - то получается, что взрослые переоценивают длительность собственного телесмотрения на 25-50% [353. С.334]. Похоже, при заполнении дневников люди интерпретируют «просмотр телепрограмм» как простое нахождение в комнате с работающим телевизором. Кстати, Д.Андерсон усылается на то, что при он-лайновом психологическом методе оценки абсолютное время телесмотрения оказалось меньше, чем по данным службы Нильсена, производящей телеметрические замеры [352. С. 184].

1. Непроизвольное внимание (физиологическим проявлением которого является ориентировочная реакция на телесообщение).

Безусловно, создатели программ стремятся захватить внимание зрителя с помощью структурных и содержательных особенностей видео и аудио. Ориентировочная реакция зрителя может быть вызвана сменой содержания, а также следующими структурными свойствами сообщения:

S смена сцен;

смена ракурса;

У появление видеографики;

У смена голоса;

У внезапная тишина;

У эмоциональные образы;

•/ движение.

ОР не возникает в ответ на такие структурные свойства, как:

У смена масштаба;

У панорамирование.

1. **См. [361, с.96, 98-101; 411; 362, с.795; 372, с.43; 388]; см. также исследования разрыва в знаниях [373, 374] и данные о детском телесмотрении [352, с.185].** [↑](#footnote-ref-1)
2. **В нашей стране практикам пока доступны лишь два источника информации о телепросмотрах: опросы и телеметрия.** [↑](#footnote-ref-2)
3. **Нижеприведенная картина отчасти носит гипотетический характер, т.к. некоторые особенности телесмотрения в России вообще не исследовались. В частности, из-за отсутствия отечественных он-лайновых данных о реальном телесмотрении мы вынуждены опираться на результаты, полученные американскими учеными. Тем не менее, многочисленные экспериментальные подтверждения единой кросс культурной тенденции низкого запоминания телевизионной информации позволяют предположить, что и общая динамика телесмотрения вряд ли будет существенно отличаться в разных странах.** [↑](#footnote-ref-3)
4. **Высокий рейтинг программы «Круговая порука: Черная дыра» (о коррупции в московской милиции), внезапно поставленной в эфир РТР в 21:50 15-го декабря 1999 года, показал, какая огромная аудитория в это**

   **время, по-видимому, щелкала кнопками дистанционного управления, бесцельно переключая каналы, а затем «осела» на этой политической «сенсации».** [↑](#footnote-ref-4)