

УДК 655.244

О. Ю. Ковалева, магистрант;

О. В. Токарь, доц., канд. техн. наук (БГТУ, г. Минск)

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ШРИФТОВОГО ОФОРМЛЕНИЯ ОБЪЕКТОВ ЭФИРНОГО ДИЗАЙНА

Известно, что теледизайн позволяет подчеркнуть индивидуальность канала или программы, что проявляется в единой стилистике, так называемом «фирменном стиле». Именно он формирует в сознании потребителей особое восприятие продукта, называемое брэндом.

В ходе работы респондентов просили оценить ряд объектов белорусского эфирного дизайна (заставок), содержащих шрифт, по противоположным семибалльным шкалам, полюса которых были заданы антонимами. В качестве объектов были задействованы пэкшоты заставок передач «Актуальное интервью», «Вокруг планеты», «Я люблю Беларусь» и др. Полученные данные обрабатывались методом факторного анализа, который позволяет значительное число переменных привести к меньшему количеству факторов.

Первый фактор назван «оценка», поскольку он объединяет шкалы «приятное — неприятное», «легкое — тяжелое», «чистое — грязное», «неограниченное — ограниченное», «теплое — холодное». Второй фактор назван «сила», поскольку он объединяет шкалы «устойчивое — изменчивое», «упорядоченное — хаотичное», «неподвижное — движущееся», «яркое — тусклое». Третий фактор получил название «стабильность», это название объединяет шкалы «таинственное — обычное», «сложное — простое», «возбужденное — расслабленное», «предсказуемое — непредсказуемое».

Для восприятия шрифтового оформления наибольшую значимость имеет первый фактор «оценка», объясняющий 39,4% общей дисперсии. Следовательно, такие характеристики, как «приятное — неприятное», «легкое — тяжелое», «чистое — грязное», «неограниченное — ограниченное», «теплое — холодное» являются основой для создания определенного образа пэкшота у телезрителей.

Проведенный факторный анализ позволил экспериментально определить тот факт, что дизайн пэкшота, в частности шрифтовой, влияет на восприятие заставки телезрителями. Результаты позволяют определить действительное отношение респондентов к рассматриваемому объекту, а также выделить факторы и характеристики, которые занимают первостепенное место в оценке телевизионной заставки.