

**ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ  
ПОЛИКОДОВОГО И ПОЛИМОДАЛЬНОГО ТЕКСТА  
(НА ПРИМЕРЕ СПОРТИВНОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО РЕПОРТАЖА)**

**Э.Г. Никитина**

*Кандидат филологических наук,  
доцент кафедры языковой коммуникации и психолингвистики  
e-mail: [n-elina83@mail.ru](mailto:n-elina83@mail.ru)*

*Уфимский государственный авиационный технический университет*

*Статья посвящена особенностям создания поликодового и полимодального текста. Рассматривается телевизионный спортивный репортаж, в состав которого входят знаки, принадлежащие разным семиотическим системам (как сам текст, так и видеоряд), что позволяет отнести телевизионный репортаж к поликодовым текстам. Полимодальная природа подобного вербального продукта опирается на его восприятие разными сенсорными каналами: аудиальным и визуальным. Все части телевизионного спортивного репортажа имеют свои особенности. При создании подобных текстов необходимо учитывать главную роль самого текста (закадровый текст, вербальные и невербальные речевые характеристики корреспондента и интервьюируемых), личность корреспондента и интервьюируемых и видеоряд или взаимодополнение текста и видеоряда. Автор предпринимает попытку определить роль разных частей телерепортажа в ходе экспериментального исследования. Анализ экспериментальных данных, полученных в молодежной аудитории, показал, что на общую зрительскую оценку повлияла невербальная характеристика речи корреспондента – качество речи и различные характеристики видеоряда.*

***Ключевые слова:** поликодовый и полимодальный текст, телевизионный спортивный репортаж, текст, видеоряд, вербальные речевые характеристики, невербальные речевые характеристики.*

Целью данной публикации является рассмотрение особенностей создания таких семиотически осложненных текстов, как телевизионный спортивный репортаж. Данный вид текстов мы относим к поликодовым и полимодальным, так как в его структуру входят как сам текст (речь корреспондента (закадровый текст, стендап (появление корреспондента в кадре), речь интервьюируемых, интершум)), который воспринимается посредством аудиального канала, так и видеоряд с титрами, воспринимающиеся с помощью визуального канала. Все части репортажа представляют единый перцептуальный поток информации.

Каждая часть такого поликодового и полимодального текста имеет свои особенности. Корреспондент создает закадровый текст, стендап,

находит интересных участников событий и берёт у них интервью. Оператор отвечает за создание видеоряда и интершумов.

Написание закадрового текста телевизионного спортивного репортажа совпадает с общими правилами тележурналистики. К ним можно отнести то, что текст для телевидения должен быть написан простым языком, без использования сложных причастных и деепричастных оборотов. Как отмечает М.П. Сенкевич, предложение не должно быть более восьми–двенадцати слов, дабы не допустить «порога внимания» [Сенкевич 1997: 35]. Немаловажную роль играет выбор залога и времени глагола. О.Ф. Майдунова говорит, о том, что использование настоящего времени создает у зрителей ощущение присутствия на месте событий, а активный залог, по её мнению, более эффективен, чем пассивный. Исследователь также отмечает, что в новостном тексте лучше избегать проявления эмоций и не использовать малоизвестные аббревиатуры [Майдунова 2004].

Телевизионный спортивный репортаж отличается от просто новостного тем, что в закадровом тексте корреспондента, в стендапе и речи интервьюируемых присутствует достаточное количество спортивных терминов. Без них невозможно передать дух спортивного события. Несмотря на то, что мэтры тележурналистики говорят об ограничении и избегании эмоциональности в телесюжетах, в спортивных репортажах эмоциональность присутствует. Как подчеркивает Г.Я. Солганник, шаблонность речи не должна использоваться в спортивной речи, поскольку для спорта характерны зрелищность, эмоциональность и увлекательность. Поиски выражения экспрессии ведутся на различных уровнях языка: в лексике, морфологии, словообразовании, синтаксисе [Солганник 1989: 155].

Анализируя спортивные репортажи, прошедшие в эфире региональных каналов Республики Башкортостан, мы обнаружили в закадровом тексте, стендапах, интервью участников спортивных событий следующие средства выражения эмоциональности: метафоры (*море адреналина*, юные спортсмены *прошли сито* обора, победа *окрыляет*), сравнения (создал спортсменку, как *Пигмалион Галатею*, почти как *гоголевские Остап и Андрий – по разные стороны баррикад*, только хоккейных), перифрастические замены (боксер – *мастер перчатки*, забить гол – *зажечь красный свет за воротами соперника*, *найти брешь в воротах соперника*), фразеологизмы (путь к финалу был *усыпан лепестками роз*, страсти на поле *разыгрались нешуточные*, на носу – *первенство мира*), языковая игра (*Здесь хоккейный дух, здесь хоккеем пахнет!*).

Хотелось бы отметить такую часть поликодового и полимодального текста – телевизионного спортивного репортажа, как стендап. Стендап – это появление корреспондента в кадре. Стендап должен быть

информативен, без повторов уже сказанного в закадровом тексте. «Воздействующий» эффект, усиливается, если репортаж становится запоминающимся, чего можно достигнуть, например, при снятии стендапа в необычном месте. В стендапе корреспондент имеет возможность продемонстрировать какой-либо предмет, наглядно объяснить, как работает тот или иной механизм и так далее.

Особое место в телевизионном спортивном репортаже занимает видеоряд. Некачественное (с помехами) видео, видеоряд, несоответствующий закадровому тексту, множество статичных кадров, отсутствие крупных планов могут отрицательно повлиять на восприятие спортивного репортажа зрителями, какое бы масштабное событие он ни освещал. Зрителям интересно не только спортивное событие, но также крупные планы эмоций спортсменов, тренеров, болельщиков.

Не стоит нивелировать роль интершума. Благодаря ему создается чувство присутствия на самом спортивном событии. «Оживить» телесюжет помогает лайф – фрагмент из спортивного события, не перекрытый закадровым текстом. Это могут быть напутственные слова тренера, крики болельщиков с трибун, отрывок из выступления фигуристов, игры футбольного или хоккейного матча, рев моторов на старте соревнований мотогонок (мотогонки на льду, мотокросс, спидвей по гаревой дорожке).

Телевизионный спортивный репортаж обладает воздействующей силой. Актуальность изучения речевого воздействия как важного и востребованного направления подтверждается исследованиями суггестивного потенциала языковой системы. Т.М. Рогожникова, выстраивая алгоритм подхода к изучению силы слова и текста через обращение к ассоциативным процессам, выделяет единицы анализа для уровней, которые позволяют произвести замер, сопоставить показатели или сравнить признаки [Рогожникова 2014].

В рамках данной работы под речевым воздействием понимается речевое общение в системе СМИ. Возникает вопрос, что же первично в подобном семиотически осложненном тексте – телевизионном спортивном репортаже. Что для зрителя важнее при просмотре видеосюжета, что влияет на итоговую оценку репортажа зрителями (закадровый текст, написанный и озвученный корреспондентом или его появление в кадре и текст, произнесенный в этот момент, участники видеосюжета и их интервью или видеоряд, сопровождающий репортаж).

Вопрос о соотношении текста и видеоряда в телевизионном произведении поднимался давно. Однозначного ответа на поставленный вопрос получено не было, высказывались противоположные точки зрения. По мнению одного из первых исследователей телевидения В.Ф. Сапак, на телевидении изображение превалирует над звуковым сопровождением.

Автор считает, что «мы в основном смотрим и лишь во вторую очередь слушаем телевизионный экран» [Саппак 1988: 120].

Одну из интересных точек зрения в свое время выразил В.Ф. Минаев, который определяет двойное место слова в репортаже. С одной стороны, исследователь считает, что основное назначение словесного ряда – быть комментарием к изображению, а главная роль отдана кадру, поскольку он несет основную информацию о транслируемом событии. И в этом случае выбор слов в комментарии зависит от «абсолютного зрелища». С другой стороны, исследователь подчеркивает, что, если созерцание кадра не направлено логическими средствами общения, то он дает лишь элементарную информацию. Таким образом, В.Ф. Минаев считает, что словесный ряд сообщает информацию, дополняющую содержание кадра, направляет внимание зрителей на основные события, происходящие в кадре, а также он воздействует на аудиторию как инструмент аналитика-публициста [Минаев 1969: 21–22].

О главной роли слова в телевизионном сообщении говорит М.И. Андроникова. Исследователь считает, что телевидение подобно кино является изобразительным искусством, в котором слово, обращенное к зрителю, играет основную и качественно другую роль, чем во всех изобразительных искусствах, ему предшествующих [Андроникова 1969: 26].

Попытку объяснения повышенного интереса к слову в 60-е гг. предпринимает Н.Г. Зарецкая отмечая, что в указанные годы на телевидении широкое распространение получили разговорные жанры, в связи с чем стал игнорироваться изобразительный элемент. Сама же Н.Г. Зарецкая придерживается мнения, что на телевидении слово и изображение взаимодействуют [Зарецкая 1985]. Аналогичную точку зрения высказывает Ю.Г. Шаповал, полагая, что телезритель получает и зрительный и словесный образы. Таким образом, исследователь утверждает, что у зрителя углубляется познание предмета, и он приближается к атмосфере показанного [Шаповал 1985: 132].

В наше время споры о главной роли слова и видеоряда в телевизионных произведениях продолжаются. А.А. Кащук полагает, что на экране слово и изображение представляют собой равноправные элементы, и они дополняют друг друга [Кащук 2007]. Н.В. Зверева акцентирует внимание на том, что «содержание текста на экране занимает не больше 10% зрительского внимания. 90% – это картинка» [Зверева 2004: 147–148].

Мы предприняли попытку получить ответ на данный вопрос, проведя экспериментальное исследование. Эксперимент позволил определить, что повлияло на конечную оценку зрителей при просмотре телевизионных спортивных репортажей, прошедших в эфире региональных каналов Республики Башкортостан. Следует отметить, что подобные исследования ранее не проводились. Главную роль той или иной

части телесюжета нам удалось определить, поскольку мы выявили особенности языка спортивного репортажа регионального телевидения и выделили эффективные способы речевого воздействия в телесюжете (различные характеристики закадрового текста, личностные характеристики корреспондента и интервьюируемых, вербальные и невербальные особенности их речи, характеристики видеоряда), которые были включены в анкету для испытуемых. Использовалась шкала метода семантического дифференциала.

Результаты экспериментального исследования обрабатывались с использованием программы STATISTICA Version 6, Statsoft, что может свидетельствовать о достоверности полученных результатов. Было построено уравнение корреляционной зависимости общей оценки репортажа от других его характеристик, построены графики зависимости итоговой оценки телесюжета от каждой характеристики, а также построено уравнение множественной регрессии, что позволило определить значимые характеристики, повлиявшие на общую оценку зрителей и эффективные приемы речевого воздействия в телевизионном спортивном сюжете. Подробное описание экспериментального исследования приведено нами в статье [см. работу: Никитина 2019 [http](http://)].

Следует отметить, что эксперимент проводился среди молодежной аудитории. Участниками стали студенты 1–2 курсов очного отделения различных факультетов Уфимского государственного авиационного технического университета. Всего 100 человек. Материалом исследования послужили исключительно спортивные репортажи, прошедшие в эфире региональных каналов Республики Башкортостан. Информация о том, занимаются ли участники экспериментального исследования спортом на профессиональном уровне, не учитывался. Таким образом, реципиентами были «среднестатистические» представители молодежной аудитории.

Проведя статистический анализ экспериментальных данных, мы получили весьма интересные результаты. Было обнаружено, что в первую очередь на оценку зрителей повлияло качество речи корреспондента, а именно наличие или отсутствие дефектов речи. Сильное влияние оказали также характеристики видеоряда спортивных репортажей: цвет и эстетичность. Закадровый текст корреспондента (насыщение текста фактами, наличие нескольких точек зрения, доступность сообщения для понимания), интервью участников репортажей, личность корреспондента и интервьюируемых не оказали существенного влияния на общую зрительскую оценку.

У нас есть возможность провести хронологическое сравнение изменений восприятия телевизионных программ, а именно эффективных приемов речевого воздействия в поликодовых и полимодальных текстах. Нам удалось выяснить, что более 30-ти лет назад проводились

исследования, в которых предпринимались попытки анализа подобных приемов.

М.А. Богомолова, например, говорила о том, что «эффективность воздействия телевизионного сообщения находится в прямой зависимости от его персонификации» [Богомолова 1984]. М.А. Бережная, изучая аспекты восприятия телевизионных передач в студенческой аудитории, пришла к выводу, что на восприятие телевизионных программ в первую очередь повлияла личность журналиста: его компетентность, умение устанавливать контакт с аудиторией. На зрительское восприятие повлияли в меньшей степени невербальные характеристики речи корреспондента такие, как темп, тембр, интонация. Проблематичность фактов и расчет на среднего зрителя, являющиеся одними из характеристик содержания текста, по которым предлагалось оценить телепередачу в исследовании М.А. Бережной, также повлияли на зрительскую оценку [Бережная 1985]. В.Ф. Петренко и Е.Е. Пронина, проявляя интерес к телевизионным сообщениям, провели экспериментальное исследование, в котором объектом анализа послужило отношение телезрителей к тексту телевизионного сообщения в зависимости от образа личности диктора. В итоге они пришли к выводу, что различное отношение к тексту телевизионного сообщения определяется личностью диктора [Петренко 1986]. Е.Е. Пронина на основании своих собственных исследований говорит о том, что коммуникатор в телепередаче играет значимую роль [Пронина 1987].

Таким образом, мы видим, как изменялось восприятие зрителей телевизионных сообщений с течением времени. Если ранее на зрительскую оценку влияли некоторые личностные характеристики корреспондента (его компетентность в работе и умение устанавливать контакт), а также его речевые характеристики: темп, тембр, интонация, – то в нашем исследовании личность корреспондента не повлияла на итоговую оценку. Невербальная речевая характеристика речи проявила значимость, но не темп, тембр и интонация, как было установлено ранее, а наличие или отсутствие дефектов речи. В ранних исследованиях менее значимыми оказались несколько характеристик содержания текста (проблематичность фактов и расчет содержания на среднего зрителя). В нашем исследовании подобные приемы речевого воздействия не были выявлены. Зрители не оценили характеристики текста. Важными оказались некоторые характеристики видеоряда, чего не наблюдалось ранее. Более 30-ти лет назад видеоряд не играл существенной роли в восприятии телерепортажей. На общую зрительскую оценку также не влияли интервьюируемые. В наши дни характеристика – способность интервьюируемого удерживать внимание – стала актуальна.

Исходя из вышесказанного, мы приходим к выводу, что восприятие телевизионных передач зрителями меняется со временем.

«Картинка» стала важнее закадрового текста и того, что говорят интервьюируемые. Личность корреспондента и героев его телесюжетов не столь интересна зрителям сегодня.

Мы полагаем, что это связано с изменением мышления современной молодежи, которая живет в мире высоких технологий, всеобщей цифровизации.

Молодое поколение характеризуется так называемым «клиповым мышлением (сознанием)», обусловленным появлением большого количества информации, с которой сталкиваются молодые люди ежедневно. Обработать всю информацию не представляется возможным, отсюда и фрагментарность восприятия, восприятие «клипами». Как подчеркивает Н.А. Романов, «линейные способы прочтения и осмысления текста утрачивают свою актуальность, уступая свое место практикам сканирования, которые оказываются в современных информационных реалиях более «мобильным» и быстрым способом работы с информацией, способствующим оперированию большим количеством аудиовизуальных образов» [Романов 2017: 100].

О «клиповой культуре» начал говорить в 80-х годах прошлого столетия Элвин Тоффлер. Он определяет данный феномен как нечто новое, входящее в общую информационную культуру будущего, основанное на бесконечном мелькании информационных отрезков и комфортное для людей соответствующего склада ума. Ученый привлекает внимание к растворению единых медийных моделей в пользу множественных некогерентных вспышек, отрывков информации – клипов [Тоффлер 1999].

В отечественной науке одним из первых о клиповом мышлении заговорил Ф.И. Гиренок, который полагает, что на смену понятийному мышлению пришло клиповое. Исследователь отмечает, что клиповое мышление (сознание) характеризуется языковым минимализмом. Он считает, что мгновенное схватывание сути дела происходит в образе или наглядной схеме. Клиповое мышление интересует не способ связывания одного суждения с другим, а наглядное изображение мысли в целом. Второй характерной чертой клипового мышления Ф.И. Гиренок называет «обращение не к опыту, а к воображению» [Гиренок 2014 [http](#)].

Многие исследователи изучали причины появления данного феномена. К.Г. Фрумкин говорит о пяти факторах, повлиявших на появление клипового мышления. Все они в той или иной мере связаны с изменением жизни современного общества и количеством информации, с которой сталкивается человек ежедневно. Исследователь отмечает ускорение темпов жизни и связанное с ним возрастание информационного потока, что приводит к отбору и сокращению информации, выделению главного и фильтрации лишнего. Учёный также выделяет вытекающую из ускорения темпов жизни потребность в большей актуальности информации и скорости её поступления. Следует отметить, что, по мнению

К.Г. Фрумкина, на появление клипового мышления влияет увеличение разнообразия поступающей информации, а также увеличение количества дел, которыми один человек занят одновременно. Исследователь связывает возникновение клипового мышления «с ростом демократии и диалогичности на разных уровнях социальной системы, переход риторики в диалектику и проповеди в дискуссию. Линейный текст – это монолог автора. Реплики собеседника разбивают текст на фрагменты» [Фрумкин 2010 [http](#)].

Исследователи анализируют природу фрагментарного мышления. Они пытаются определить его обладателей, выявить его преимущества и недостатки. С.В. Докука отмечает особенности восприятия информации молодежью. К ним она относит падения интереса к учебе, поиску и формированию логических связей, отсутствие необходимости к самоанализу. С.В. Докука обращает внимание на тот факт, что обучающимся трудно читать длинные литературные произведения. Она подчеркивает, что учащимся не просто писать изложения, поскольку они не понимают структуру повествования и не могут выделить главную мысль произведения. По мнению исследователя, молодое поколение уделяет внимание только внешним поверхностным признакам, не вникая в суть проблемы. Исследователь обращает внимание на то, что обладатели клипового сознания теряют возможность дифференцировать информационный мусор и полезную информацию и потребляют более простые по форме и содержанию сведения [Докука 2013 [http](#)].

Несмотря на вышеуказанные недостатки клипового мышления, исследователи все же выделяют и некоторые его преимущества. К.Г. Фрумкин отмечает, что главным достоинством клипового восприятия является большая скорость обработки информации, а его особенность заключается в предпочтении нетекстовой образной информации. Но в то же время, исследователь обращает внимание на то, что «у людей будущего нет иных навыков работы с текстами, кроме конвертации их в практические инструкции (но не обратно), и поэтому нет уважения к тексту» [Фрумкин 2010 [http](#)].

Данные факты подтверждаются результатами нашего исследования. При подготовке телевизионных репортажей корреспондентам службы новостей следует принимать во внимание особенности восприятия их творческих произведений молодежной аудиторией.

Авторы телесюжетов не должны нивелировать достоинства закадрового текста. Телевизионные репортажи смотрит не только молодёжная аудитория. В рамках нашего исследования эксперимент с другими возрастными группами не проводился, поэтому нет возможности прогнозировать, какие способы речевого воздействия в поликодовом и полимодальном тексте, таком как телевизионный спортивный сюжет, будут доминантными.



Если учитывать особенности восприятия текстов молодежной аудиторией, то можно предположить, что для улучшения восприятия предложения закадрового текста должны быть синтаксически простыми и недлинными. Тележурналистам следует избегать причастных и деепричастных оборотов, сложные слова заменить синонимами, более понятными аудитории. При подготовке телесюжета корреспонденту следует особое внимание обратить на видеоряд. Некачественное видео снизит интерес и не удержит внимание телезрителей. Оно должно быть неискаженного цвета, без помех. Видеоряд должен подкреплять текст и ему соответствовать. Кадры не следует затягивать.

Выводы, сделанные нами в ходе обработки экспериментального исследования, будут полезны специалистам, которые принимают участие в подготовке материалов телевизионных спортивных репортажей, а также в практике преподавания теории языка, теории текста, психолингвистике.

### *Библиографический список*

*Андроникова М.И.* Слово или изображение? // Вестник МГУ. Сер. Журналистика. 1969. № 3. С. 22–27.

*Бережная М.А.* Восприятие телевизионной передачи «Сегодня в мире» в студенческой аудитории / М.А. Бережная, Н.Г. Бойкова, В.И. Коньков, Т.И. Попова // Вестник ЛГУ. Серия История. Язык. Литература. 1985. № 23. С. 85–89.

*Богомолова М.А.* Некоторые языковые аспекты персонификации телевизионного сообщения // Вестник МГУ. Серия Журналистика. 1984. № 4. С. 29–38.

*Гиренок Ф.И.* Клиповое мышление [Электронный ресурс] // Литературная газета. 2014. № 49. URL: <http://lgz.ru/article/-49-6490-10-12-2014/klipovoe-myshlenie/> (дата обращения 02.05.2021).

*Докука С.В.* Клиповое мышление как феномен информационного общества [Электронный ресурс] // Общественные науки и современность. 2013. № 2. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2015/05/05/1251193783/169-176-Dokuka.pdf> (дата обращения 02.05.2021).

*Зарецкая Н.Г.* Взаимодействие слова и изображения в публицистических жанрах телевидения: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 1985. 205 с.

*Зверева Н.В.* Школа регионального тележурналиста. М.: Аспект Пресс, 2004. 320 с.

*Кацук А.А.* Суггестивные свойства телевидения: социально-культурный аспект: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.03. М., 2007. 165 с.

*Майдурова О.Ф.* Работа над телевизионным репортажем: методическое пособие. СПб: Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ, 2004. 40 с.

*Минаев В.Ф.* Соотношение слова и изображения в телевизионной журналистике // Вестник МГУ. Серия Журналистика. 1969. № 2. С. 15–28.

*Никитина Э.Г.* Статистический метод обработки результатов экспериментального исследования на аудиторию (на примере спортивного репортажа регионального телевидения) [Электронный ресурс] // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2019. Т. 8. № 4. С. 27–31 URL: <http://naukaru.ru/ru/nauka/article/28496/view> (дата обращения 11.05.2021).

*Петренко В.Ф.* ТВ и психология // Телевидение вчера, сегодня, завтра. М.: Искусство, 1986. С. 46–66.

*Пронина Е.Е.* Категориальная структура восприятия телевизионных передач: автореф. дис. ... канд. психол. Наук: 19.00.01. М., 1987. 21 с.

*Рогожникова Т.М.* Автоматизированный анализ вербальной информации как декодирование суггестивного потенциала языковой системы // Вестник УГАТУ. Уфа: Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. 2014. Т. 18. № 2 (55). С. 66–77.

*Романов Н.А.* Клиповая культура в современном медиапространстве // Человек. Культура. Образование. 2017. № 3 (25). С. 97–106.

*Саптак В.Ф.* Телевидение и мы: Четыре беседы. М.: Искусство, 1988. 167 с.

*Сенкевич М.П.* Культура радио- и телевизионной речи. М.: Высшая школа, 1997. 96 с.

*Солганник Г.Я.* О языке спортивной журналистики // Спорт в зеркале журналистики: (О мастерстве спортивного журналиста). М.: Мысль, 1989. С. 143–157.

*Тоффлер Э.* Третья волна. М.: АСТ, 1999. 776 с.

*Фрумкин К.Г.* Клиповое мышление и судьба линейного текста [Электронный ресурс] // Топос. Литературно-философский журнал. 2010. URL: <https://www.topos.ru/article/7371> (дата обращения 03.05.2021).

*Шаповал Ю.Г.* Изображение и слово в журналистике. Львов: Издательство при Львовском гос. ун-те издательского объединения «Вища школа», 1985. 151 с.