

12. Психология личности и образ жизни / под ред. Е. В. Шороховой и др. М., 1987. 217 с.
13. *Тодоров А.* Качество жизни: критический анализ буржуазных концепций. М., 1980. 224 с.
14. *Abbey A., Andrews F. M.* Modeling the psychological determinants of Life Quality // Research of the Quality of Life / by F. M. Andrews. Ann Arbor, 1986. P. 85–118.
15. *Allardt E.* Having, loving, being: an Alternative to Swedish Model of Welfare Research // The Quality of Life. Oxford, 1993. P. 73–94.
16. *Inglehart R., Rabier J.-R.* Aspiration Adapt to Situation // Research of the Quality of Life / by F. M. Andrews. Ann Arbor, 1986. P. 1–56.
17. *McKennell A. C.* Cognition and effect in perception of well-being // Social indicators research. 1978. Vol. 5, № 4. P. 389–426.
18. *Terhune K. W.* Probing Policy Relevant Questions of the Quality of Life // The Quality of Life Concept. Environmental Protection Agency. Washington, 1973. P. 11–22.

Статья поступила в редакцию 06.02.2017 г.

УДК 81:159.9 + 81'42 + 159.964.2

Э. В. Булатова
А. С. Алексеева
О. В. Ломтатидзе

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СПЕЦИФИКИ ВОСПРИЯТИЯ ЭМОЦИОГЕННОГО КРЕОЛИЗОВАННОГО МЕДИАТЕКСТА

В статье представлены результаты комплексного экспериментального исследования особенностей восприятия креолизованного медиатекста, обладающего эмоциогенным потенциалом. Выявлены тематические и композиционные стратегии чтения, отражающие субъективные предпочтения реципиентов и демонстрирующие характер их когнитивных процессов. Одновременное использование ряда психолингвистических методов, включающих анкетирование и айтрекинг, позволяет оценить характер воздействия медиатекста на аудиторию.

К л ю ч е в ы е с л о в а: эмоциогенный текст; креолизованный текст; медиатекст; зрительное восприятие; стратегии восприятия; нелинейное восприятие; айтрекинг; анкетирование.

Современную эпоху называют эпохой оптикоцентризма. СМИ учитывают данную тенденцию, состоящую в том, что визуальный канал становится наиболее

БУЛАТОВА Элина Валерьевна — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: elina2824@yandex.ru).

АЛЕКСЕЕВА Анна Симховна — старший преподаватель кафедры клинической психологии и психофизиологии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: Nurochka_k@mail.ru).

ЛОМТАТИДЗЕ Ольга Валерьевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры клинической психологии и психофизиологии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: olga.lomtatidze@urfu.ru).

© Булатова Э. В., Алексеева А. С., Ломтатидзе О. В., 2017

предпочтительным для аудитории каналом получения информации. В результате чего большая часть медийных материалов является креолизованной. Креолизованные тексты (КТ) очень часто создаются в расчете на эмоциональный отклик, являются эмоциогенными. Эмоциогенный текст — это текст, вызывающий у адресата эмоции, текст, обладающий эмоциогенным потенциалом. Эмоциогенность текста обуславливает его значительную воздействующую силу. Данное обстоятельство заставляет обратить пристальное внимание на практики производства и восприятия эмоциогенных КТ.

Существуют темы, которые по своей природе не могут оставить аудиторию равнодушной. К числу таких тем относится тема военных действий, которая широко освещается в СМИ. В связи с этим интересно проследить ее медийную текстовую и дискурсивную реализацию с помощью комплекса психолингвистических методов: оценки организации эмоционально-оценочной стороны текста, анкетирования и айтрекинга. Покажем этот процесс на примере анализа публикации «Одна секунда войны» (Русский репортер. 2014. 16 марта) [6].

Указанная публикация выполнена в жанре фоторепортажа и представляет собой интегративный креолизованный текст, в котором визуальная (70 фотографий) и вербальная (небольшой комментарий к ним) части тесно связаны (анализ концептуального плана данного медиатекста см.: [4]). Основными выразительными эффектами в материале являются эффекты напряжения (отвечает за поддержание интереса к тексту) и конвергенции (усиливает впечатление путем подбора одинаковых по эмоциональной окраске средств) [5]. Эффект напряжения создается композиционными приемами. В первую очередь — экспрессивным зачином, роль которого выполняет фото убитой девушки, предвещающее публикацию. Экспрессивный зачин моделирует эмоциогенные ситуации новизны, необычности, внезапности [8]. Еще одним композиционным приемом является дробная подача содержательного элемента, моделирующая эмоциогенную ситуацию избыточной мотивации. Представление мозаичного ряда фотографий из зон военных действий в совокупности рисует ужасы войны. Эффект конвергенции моделирует эмоциогенную ситуацию заражения эмоцией и создается композиционными приемами повтора (повторяется информация о Марше мира в вербальной части КТ, повторяется тема жизни и смерти на фотографиях) и контраста (антитеза «мир — война»), а также языковыми приемами экспрессии: эмоционально-оценочной лексикой («тоскливый», «пострадавшие», «страшный» и др.), синтаксическими фигурами парцелляции и инверсии («На всех этих снимках вы видите войну — тоскливую, грязную, подлую войну. И людей, от нее пострадавших»), накоплением синонимов («снимавших войну конкретно, вплотную, в лоб»), анадиплосисом («Мы сделали это вместе. И вместе повторяли...»), синтаксическим параллелизмом («Она нас калечит и выворачивает наизнанку. Привораживает и делает больными..») и др. Таким образом, мы можем прийти к выводу, что данный креолизованный текст создан в расчете на эмоциональное прочтение. Обратимся к анализу специфики его восприятия аудиторией.

Форма выборки — кластерная: в исследовании приняла участие группа студентов — 15 респондентов в возрасте от 18 до 22 лет.

Одним из методов, позволяющих оценить особенности восприятия креолизованного текста, является метод айтрекинга. В работе использовалась система высокоскоростного удаленного бинокулярного трекинга глаз SMIREД 500. Для создания протокола предъявления стимулов и последующего предъявления материала применялся программный модуль ExperimentalCenter 2.x. После проведения эксперимента данные были экспортированы в программный пакет для анализа данных ВеGaze 2.x., при этом рассчитывалось среднее время первой фиксации, среднее время фиксации, количество фиксаций, количество саккад, общая продолжительность фиксации по следующим зонам интереса: изображение пострадавшей девушки, кровь, текст под изображением (в рамках настоящей статьи как наиболее показательные представлены данные айтрекинга, характеризующие восприятие начальной части фоторепортажа: вводной фотографии и вербального комментария, предваряющего фотосерию).

Анализ тепловых карт. На фотографии были выделены две зоны, на которые предположительно могли направить свое внимание респонденты, — тело девушки и кровь. Выборы зрительного внимания распределились следующим образом: значительное внимание (красные зоны тепловых карт) 100 % респондентов было сосредоточено на голове пострадавшей, 10 % — на ногах и корпусе. На изображении крови длительно фиксировались 30 % респондентов.

При восприятии вербального текста 100 % испытуемых читали первый текстовый блок — заголовок, первый подзаголовок и лидовый абзац (информация от лица редакции), свыше 50 % — второй подзаголовок и первый абзац второго текстового блока (цитата пояснений фотожурналиста — организатора акции). Происходила фокусировка на различных формах слова «война», в большей степени — на первом слове «война». Заголовки не привлекали особого внимания читателей, вероятно, в силу их лаконичности и простоты: только 30 % реципиентов длительно фокусируются на заголовке, 40 % — на слове «фотожурналист» во втором подзаголовке. Увеличение длительности фиксации на данном слове может быть связано не только с субъективным интересом к нему испытуемых, но и с величиной слова: «...длинные или незнакомые слова могут получать множественные фиксации» [3, 89].

Точки максимальной фиксации первого текстового блока (заметим, что, согласно R. Thorndyke [10], M. Just, P. Carpenter [9], точки наиболее продолжительной фиксации соответствуют наиболее важным смысловым единицам) расположены в начале текста: «Марш мира» — 85 % респондентов; «кадры» — 75 %; «секунда войны» — 67 %; «лозунги и транспаранты», «военные корреспонденты», «Москва», «25 лет» — по 30 %; «регионы», «выставка», «агитация» — по 25 %; «одно мгновение», «не зажмуриваясь» — 15 %. Значительная часть указанных слов является ключевыми концептами публикации.

По индивидуальным траекториям внимания можно выделить *две тематические стратегии* восприятия, соответствующие фиксациям на двух мысловых линиях: 1) преимущественная фокусировка испытуемых на лексике, связанной с представлением тематического поля «Антивоенная деятельность»: «Марш мира» — «рядовые участники» — «лозунги и транспаранты» — «выставка» —

«корреспондент» — «агитация» — «фотожурналист»; 2) преимущественная фокусировка испытуемых на лексике, связанной с представлением тематического поля «война»: «кадры» — «смотреть» — «вплотную» — «в регионах» — «одна секунда войны» — «не отворачиваясь и не зажимываясь».

Анализ видеозаписи айтрекинга. Указанный анализ также вносит вклад в исследование стратегий восприятия креолизованного текста, дающих представление о специфике когнитивной деятельности человека. Так, восприятие вербальной части публикации характеризуется такими параметрами, как степень полноты охвата текста при чтении, последовательность восприятия, внимание к сильным позициям текста (заголовочному комплексу, начальным и финальным фрагментам и др.).

При анализе публикации «Одна секунда войны» в первую очередь обращает на себя внимание то обстоятельство, что ни один респондент не дочитал вербальный текст до конца, в подавляющем большинстве случаев респонденты ограничивались его первым фрагментом, содержащим основную информацию, и пренебрегали комментариями к ней. Некоторые респонденты пропустили заголовки и начали знакомство с текстом сразу с его основной части. Кластерная выборка дает возможность оценить восприятие текста, характерное для однородной группы респондентов, в данном случае — студентов прикладной специальности. Можно предположить влияние профессии на стратегии обработки информации: респонденты нацелены не столько на длительную, вдумчивую работу с текстом, сколько на быстрое получение ядерной информации.

Характер саккад дает возможность выделить *два типа композиционных (структурных) стратегий* восприятия вербального текста:

1) **стратегии линейного восприятия** — предполагают соблюдение вербальной последовательности при чтении, которое осуществляется по вербальной оси от слова к слову;

2) **стратегии нелинейного восприятия** — допускают скачкообразность, отступление от вербальной последовательности при чтении. Для подобных стратегий характерно увеличение амплитуды саккад и их разнонаправленность.

Заметим, что скачкообразность восприятия не означает автоматически, что имеет место когнитивное нарушение, поскольку она может быть характерна для выборочного, а также беглого ознакомительного чтения. Вместе с тем можно говорить о том, что стратегии нелинейного восприятия, возможно, косвенно свидетельствуют о таком отмеченном исследователями изменении в когнитивной сфере человека, как клиповость сознания (см., например, [7]). Вероятно, они также могут служить показателем усталости реципиента или неготовности к сотрудничеству.

В рамках настоящего исследования нелинейное восприятие было зафиксировано у двух реципиентов, один из которых впоследствии затруднился с определением главной мысли текста и давал односложные ответы на остальные вопросы анкеты. Второй реципиент отметил в анкете, что «боится вида крови». Можно предположить, что фотография погибшей девушки, лежащей в луже крови, произвела сильное впечатление на читателя, что привело к трудностям с восприятием вербальной информации.

Необходимо отметить такой параметр характеристики восприятия, как **реверсивность** — возврат к уже прочитанному/просмотренному фрагменту креолизованного текста (в исследовательской литературе также используются термины «регрессивность», «возвратность», см.: [1–3]). У реципиентов чаще всего наблюдался возврат к ближайшему контексту (например, когда требовалось перечитать какое-то слово или фрагмент высказывания, чтобы переосмыслить его), значительно реже — к заголовкам. Реверсивность может сопровождать как линейное, так и нелинейное восприятие. Значительное число реверсивных саккад является свидетельством семантической или структурной сложности текста для реципиента (см. об этом, например, [2]). В данном случае, как мы покажем ниже, среднее количество саккад при восприятии вербальной части текста было невелико, что может служить показателем его простоты для читателей.

Продолжительность восприятия у 93,3 % реципиентов составила около 29 с, в то время как у одного реципиента (6,7 %) она была равна 9 с.

Представим количественные показатели, характеризующие стратегии восприятия вербальной части креолизованного текста, актуальные для указанной выборки респондентов (табл. 1).

Таблица 1

**Количественные показатели восприятия вербального элемента
креолизованного медиатекста**

Параметры восприятия	Количество респондентов, %
Восприятие выделенных элементов текста — фиксация на сильных позициях заголовочного комплекса:	
заголовок	86,7
1-й подзаголовок	93,3
2-й подзаголовок	53,3
пропуск заголовка	13,3
Восприятие текстовых блоков:	
первый	100
второй: 1) полностью	0
2) частично (подзаголовок и 1-й абзац)	40
3) только подзаголовок	13,3
Последовательность восприятия:	
линейное восприятие	86,7
нелинейное восприятие	13,3
наличие реверсивности	86,7

Анализ временных и количественных показателей восприятия по зонам фиксации. Показатель «общая продолжительность фиксаций» дает информацию о том, что в целом на кровь смотрят достоверно меньше, чем на девушку и на вербальный текст. На вербальном тексте общая продолжительность фиксаций в несколько раз выше, чем на изображении девушки, что может объясняться в том числе объемом данного элемента КТ. При этом значительных различий между

средним временем фиксации на девушке и на вербальном тексте нет — есть тенденция, что изображение девушки на фотографии рассматривают дольше (табл. 2).

Средняя продолжительность первой фиксации преобладает при прочтении текста, а затем идут показатели восприятия девушки, т. е. текст не менее важен и интересен, чем фотография девушки, или он необходим для понимания общей картины. При дальнейшем восприятии к прочитанному тексту возвращаются нечасто (среднее количество саккад 2,44), к изображению девушки — чаще (5,288), визуальный элемент «кровь» имеет самые низкие показатели.

Таблица 2

Исследуемые временные и количественные показатели восприятия по зонам фиксации

Зоны фиксации	Средняя продолжительность первой фиксации, мс	Средняя продолжительность фиксации, мс	Общая продолжительность фиксации, мс	Среднее количество фиксаций	Среднее количество саккад
Визуальный элемент КТ:					
девушка	199,72	322,59	4784,85	15	5,288
кровь	122,61	129,80	862	2,41	1,95
Вербальный элемент КТ:					
вербальный текст	225,64	274,12	25849,21	96	2,44

Таким образом, по данным айтрекинга наибольшее внимание среди выделенных зон интереса респонденты уделяли изображению девушки. Длительная и множественная фиксация испытуемых на тексте не противоречит данному утверждению и, по всей вероятности, связана с идущими параллельно зрительному восприятию процессами чтения и понимания текста. Такая выделенная зона внимания, как кровь, показала наименьшие значения по всем изучаемым параметрам, что, по всей вероятности, связано с простотой и малой дифференцированностью признаков объекта. Кроме того, можно предположить, что вид крови — неприятное, пугающее зрелище и реципиенты, стремясь избежать негативных переживаний, не задерживаются на ней взглядом. Высказанное предположение подтверждается данными опроса. Представим его результаты.

В ходе анкетирования респондентам предлагалось определить главную мысль публикации, назвать ключевые, наиболее значимые для выражения смысла элементы публикации, отметить возникновение эмоций при ознакомлении с текстом и определить их характер, а также назвать элементы публикации, которые вызвали эмоции.

Согласно данным опроса, 12 респондентов (80 %) определили главную мысль креолизованного текста в ключе «война и ее страшные последствия», 2 человека (13, 3 %) предложили вариант «призыв к миру», 2 человека (13, 3 %) — вариант «репортеры сделали фотографии войны», один человек (6, 7 %) — «за нас на войне умирали люди», один человек (6, 7%) указал, что в тексте содержится

«призыв к страху», один человек (6, 7 %) не определил главную мысль (заметим, что часть респондентов предлагала несколько формулировок главной мысли, каждая из которых была учтена отдельно). Таким образом, после ознакомления с публикацией для большинства респондентов наиболее значимой оказалась тематическая линия, связанная с представлением концепта «война», в то время как не менее значимая для автора тематическая линия «антивоенная деятельность» в сознании реципиентов отходит на второй план.

В ответе на вопрос о ключевых, наиболее значимых для выражения смысла элементах публикации респонденты проявили единодушие: 100 % опрошенных в качестве таковых назвали исключительно визуальную часть медиатекста в целом или ее отдельные фрагменты («жертвы», «фотографии», «люди страдающие», «жизнь человека на войне», «выражение лиц на снимках», «эмоции людей на снимках» и др.). Подчеркнем, что не было названо ни одного вербального элемента в качестве ключевого. Вероятно, мощная энергия визуализации последствий войны полностью захватывала читателей, оттесняя вербальный комментарий на второй план.

Испытали эмоции в момент ознакомления с текстом 14 человек (93, 5 % опрошенных), только один человек (6, 5 %) указал, что текст не вызвал у него эмоции. 11 человек (73, 5 %) отметили возникновение исключительно отрицательных эмоций, причем большая часть названных эмоций — сильной интенсивности («страх», «ужас», «гнев», «боль», «скорбь» и др.); отмечена одна физиологическая реакция на текст: «чувствовал себя плохо». Восемь человек из указанных одиннадцати испытали гамму отрицательных эмоций разной интенсивности («печаль, горе, стыд, страх, все тело напряглось», «гнев, страх, грусть», «ужас, боль, страх», «страх, ужас, сочувствие, печаль, гнев, обида, боль» и др.). 3 человека (20 %) отметили возникновение двойственных эмоций: ужас от созерцания последствий войны и одновременно гордость за военных, защищающих мирное население, или гордость за организаторов и участников Марша мира. Всего было зафиксировано 38 отрицательных эмоциональных реакций у 14 респондентов.

В качестве наиболее эмоциогенных элементов креолизованного текста также были названы исключительно визуальные его фрагменты, чаще всего — первое фото убитой девушки, а также другие фото, на которых была видна кровь пострадавших (слово «кровь» использовали 53 % респондентов (8 человек), «девушка» — 40 % (6 человек)). Вербальные элементы респондентами не упоминались. Таким образом, наименьшие значения временных и количественных показателей восприятия выделенной зоны «кровь» не свидетельствуют о низкой ее значимости для респондентов.

Всего в ответах было зафиксировано использование 145 отрицательно окрашенных оценочных слов. Слова с негативной окраской присутствуют в анкетах 100 % респондентов. Минимальное количество негативно окрашенной лексики в ответе — 1 слово, максимальное — 29 слов. Подобное количество оценочной лексики является свидетельством высокой степени воздействия текста на аудиторию. Характер использованной лексики свидетельствует о характере произведенного на адресата впечатления.

Соотнесение данных анализа эмоционально-оценочной стороны текста с результатами опроса и айтрекинга показало, что использованные автором выразительные приемы в данной выборке выполняют эмоциогенную и когнитивную функцию: вызывают эмоции, способствуют привлечению внимания к текстовому элементу и лучшему его запоминанию. При этом в той или иной степени «работают» все отмеченные выше приемы (табл. 3).

Экспериментальное исследование специфики восприятия медиатекста «Одна секунда войны» показало, что рассмотренная публикация обладает несомненным эмоциогенным потенциалом в первую очередь благодаря креолизации текста.

Таблица 3

Перлокутивный эффект креолизованного медиатекста

Выразительные приемы (вербальные и визуальные)	Сигналы «обратной связи» (маркеры привлеченного внимания, произведенного впечатления)
<i>Эффект напряжения</i>	
Экспрессивный зачин	Согласно данным айтрекинга, «вводной» фотографии респонденты уделили наибольшее внимание (максимальные показатели средней продолжительности фиксации и среднего количества саккад среди выделенных зон интереса). 40 % респондентов в ходе опроса упоминали ее как наиболее эмоциогенный элемент КТ
Дробная подача содержательного элемента (война) в виде серии фотографий	80 % респондентов определили главную мысль текста, опираясь на цикл фотографий. Для большинства респондентов наиболее значимой оказалась тематическая линия, связанная с представлением концепта «война». 100 % респондентов назвали фото ключевым смысловым и эмоциогенным элементом креолизованного текста
<i>Эффект конвергенции</i>	
Повтор информации о страшных последствиях войны	93, 5 % респондентов испытали эмоции сильной интенсивности. В анкетах 100 % респондентов присутствует отрицательно окрашенная эмоционально-оценочная лексика, для характеристики увиденного использовано 145 отрицательных оценочных слов
Контраст «мир — война»	Двойственные эмоции испытали 20 % респондентов. 13,3 % респондентов оценили фотографии войны как «призыв к миру»
Языковые приемы экспрессии	Вербальные элементы не упоминались респондентами в качестве ключевых для данной публикации. По данным айтрекинга, ни один из реципиентов не дочитал текст до конца, вместе с тем отмечена значительная фокусировка на слове «война» и других ключевых концептах публикации. 26, 7 % реципиентов сформулировали главную мысль текста на основе сведений, представленных в вербальной части публикации

Согласно данным айтрекинга и анкетирования, визуализация способна полностью поглотить внимание реципиентов и послужить причиной дискурсивного

смещения акцентов с одной смысловой линии медиатекста на другую. При восприятии вербальных и визуальных частей публикации действуют тематические и композиционные стратегии чтения, отражающие субъективные предпочтения реципиентов и демонстрирующие характер их когнитивных процессов.

1. *Анисимов В. А., Федорова О. В., Латанов А. В.* Параметры движений глаз при чтении предложений с синтаксической неоднозначностью в русском языке [Электронный ресурс] // Физиология человека. 2014. Т. 40, № 5. С. 57–68. URL: <http://istina.msu.ru/media/publications/article/c0a/918/17262382/CHF0057.pdf> (дата обращения: 21.01.2017).

2. *Анисимов В. Н.* Движения глаз при чтении предложений с синтаксической неоднозначностью в русском языке : автореф. дис. ... канд. биол. наук. М., 2013. 24 с. URL: http://www.bio.msu.ru/res/Dissertation/534/DOC_FILENAME/Anisimov.pdf (дата обращения: 21.02.2017).

3. *Безруких М. М., Иванов В. В.* Движения глаз в процессе чтения как показатель сформированности навыка [Электронный ресурс] // Новые исследования. 2008. Т. 1, вып. № 16–1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/dvizheniya-glaz-v-protseste-chteniya-kak-pokazatel-sformirovannosti-navyuka> (дата обращения: 21.01.2017.).

4. *Булатова Э. В.* Текстовый концепт «война» и его дискурсивная реализация // Лингвокультура и концептуальное пространство языка : сб. ст. СПб., 2016. Вып. 10. С. 295–302.

5. *Майданова Л. М.* Очерки по практической стилистике. Свердловск, 1987. 184 с.

6. Одна секунда войны [Электронный ресурс] // Рус. репортер. 2014. 16 марта. URL: http://www.rusrep.ru/article/war_photos (дата обращения: 21.01.2017).

7. *Семеновских Т. В.* Феномен «клипового мышления» в образовательной вузовской среде // Наукovedение : [интернет-журн.]. 2014. Вып. 5 (24), сент. – окт. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/105PVN514.pdf> (дата обращения: 15.01.2017).

8. Экспериментальная психология : пер. с фр. / ред.-сост. П. Фресс и Ж. Пиаже ; предисл. и общ. ред. А. Н. Леонтьева. М., 1975. Вып. 5. 282 с.

9. *Just M., Carpenter P.* A theory of reading: from eye fixations to comprehension // Journal Psychological Review. 1980. Vol. 87(4). P. 329–354.

10. *Thorndyke R.* Cognitive structures in comprehension and memory of narrative discourse // Cognitive Psychology. 1977. Vol. 9. P. 77–110.

Статья поступила в редакцию 10.02.2017 г.