

УДК 811.161.1'42
ББК Ш141.12-51

И. А. Гончар
Санкт-Петербург, Россия

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ИНФОГРАФИКИ: СПЕЦИФИКА ТЕКСТОБРАЗОВАНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ ВИДЕОГРАММ «РОССИЯ В ЦИФРАХ»)

Аннотация. В статье рассматриваются варианты вербализации инфографики в зависимости от интенции говорящего и характера визуальной информации. Визуальная информация характеризуется на двух уровнях семантики текста: содержания и смысла.

Ключевые слова: текст, инфографика, *визуальный поворот*, механизм вербализации.

I. A. Gonchar
St Petersburg, Russia

INFOGRAPHICS VERBALIZATION: SPECIAL FEATURES OF TEXT FORMATION (BASED ON «RUSSIA IN NUMBERS» VIDEOGRAMS)

Abstract. The article deals with different ways to verbalize infographics depending on the speaker's intention and the type of visual information. Visual information is described at the two levels of text semantics: contents and sense.

Keywords: test, infographics, *visual turn*, verbalization mechanism.

В последнее время в научный обиход учёных-гуманитариев (философов, социологов, культурологов, антропологов и т. д.: Крышталева 2015; Пирогов 2013; Круткин 2012; Храпова, Земцова 2007 и др.), чьи интересы развернулись в сторону визуальных исследований, вошел термин *визуальный поворот*, который обозначает переход науки к изучению визуальности, пришедшему на смену *лингвистическому повороту*, на протяжении XX века признававшему язык всему началом. Исследование *визуальных образов*, как утверждает С. В. Пирогов, основывается на анализе другого, в отличие от категориально-мыслительного, доминирующего в лингвистических наблюдениях, опыта — *перцептивного* [Пирогов 2013: 124]. Однако это, по мнению специалистов, не «закрывает» язык, а лишь оспаривает его доминирующую роль. Тем более что интерпретация «картинки» включает «работу мышления по концептуализации сенсорных данных: объяснение образа всегда существует в **текстуальной форме** (выделено нами — И.Г.) <...> [Там же: 127].

Материал нашего исследования связан именно с восприятием, вербализацией и интерпретацией «картинки» — речь пойдет о инфографике. Приведем краткую справку о ней.

Инфографика (от лат. *informatio* — осведомление, разъяснение, изложение; и греч. *γραφικος* — письменный, от греч. *γραφω* — пишу) — это альтернативный способ подачи информации, данных и знаний. Спектр её применения огромен: география, журналистика, образование, статистика, технические тексты. Инфографика способна не только организовать большие объёмы информации, но и более наглядно показать соотношение предметов и фактов во времени и пространстве, а также продемонстрировать тенденции. Инфографика — это мощный инст-

румент для более глубокого понимания информации. Она делает работу более точной и достоверной.

Инфографикой можно назвать любое сочетание текста и графики, созданное с намерением изложить ту или иную историю, донести тот или иной факт. Инфографика работает там, где нужно показать устройство и алгоритм работы чего-либо, соотношение предметов и фактов во времени и пространстве, продемонстрировать тенденцию, показать как что выглядит, организовать большие объёмы сложной информации и представить их быстро, чётко и наглядно.

Поиск способов оптимальной подачи информации в последние годы привел к своего рода *взрыву визуальных практик*, в которых визуальный образ доминирует над вербализованными способами передачи информации. Мы живем в мире картинок и визуальных образов, в круг которых, разумеется, входит и инфографика. Тем не менее, несмотря на визуальный поворот, все эти образы — яркие, запоминающиеся, воздействующие — не исключают процесса их вербализации, связывая визуальный поворот с лингвистическими исследованиями.

В данном случае исследованию подвергается особый вид инфографики, которую можно регулярно видеть на телевизионном канале «Россия 24». Это видеоролики, представляющие собой связанные единой темой сменяющиеся в течение не более минуты (от 30 до 50 сек.) кадры. С 2008 года (начало проекта) в эфир вышло более 1 000 видеороликов, освещающих важные факты экономической, социальной и политической жизни России и мира.

В каком отношении данные видеogramмы могут быть интересны лингвисту?

Прежде всего, тем, что мы, очевидно, имеем дело с материалом, который можно анализировать в терминах лингвистики, поскольку это — текст. Неважно, каким термином при этом мы будем оперировать: *поликодовый*, *несплошной*, *изовербальный*, *креолизованный* и т. д. В нашей статье «Несплошной

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта «Типология текста: от составляющих к динамике их взаимодействия», 13-04-00439, 2013–2015 годы.

текст: медийная видеोगрамма и ее лингвистический компонент» было высказано предложение считать данный текст, например, частным случаем креолизованного и больше к этому вопросу не возвращаться [Гончар 2014: 71].

На неприемлемость и непродуктивность пространственного противопоставления инфографики и вербального текста указывает М. Концевой. [Концевой 2012]. Таким образом, рассмотрение такого рода феномена в системе координат лингвистики, несомненно, перспективная исследовательская задача.

В данном случае нас интересует такой аспект работы с текстом инфографики, как ее языковая объективация, сопровождающая зрительное восприятие. Какова специфика текстопорождения в таком случае?

Восприятие возможно в 2-х режимах: зритель (реципиент) принимает и перерабатывает поступающую информацию «про себя», без выхода во внешнюю речь, либо «озвучивает» («описывает») то, что видит на экране телевизора. Логика подсказывает, что содержание вербализованной информации в обоих вариантах (во внешней и внутренней речи) должно быть идентичным, поскольку в ее основе лежит одно и то же визуализированное сообщение. Скрытую речемыслительную деятельность анализировать гораздо труднее. Именно поэтому мы предлагаем задуматься о том, в каких ситуациях инфографика материализуется во внешний вербальный текст и что он может из себя представлять.

Языковая / речевая «материализация», очевидно, будет зависеть от ряда условий. Во-первых, просмотр видеोगраммы может происходить коллективно, как при минимальном количестве зрителей, равно как и в большем. Поскольку темы видеोगрамм всегда касаются самых актуальных сторон жизни (повышение цен на бензин, жильё, продукты, острых политических проблем и т. д.), можно предположить, что во внешнюю речь выйдет прежде всего *оценка*, причем из уст среднего обывателя (неспециалиста в данной области) в неформальной обстановке в сфере частной жизни, т. е. диалог / полилог будет представлять собой тип текста, принадлежащий разговорно-бытовому функциональному стилю речи, с главной интенцией *обмен мнениями* в соответствии с классификацией диалогов Н. Д. Арутюновой, которая исходит, прежде всего, из *целеориентированности* речевой деятельности субъекта [Арутюнова 1999: 649]. Предлагаем обозначить жанр такого общения как *диалог у телевизора*. Он великолепно воссоздан В. Высоцким в стихотворении с важным (говорящим) для нас названием «Диалог у телевизора» (— *Ой, Вань, гляди, какие карлики!*..). [Высоцкий 2003: 343].

Во-вторых, давайте представим, что преподаватель (средней школы, вуза и т. д.) хочет в рамках какой-либо определенной темы предложить учащимся описать (устно или письменно) зрительный образ, составляющий суть формы инфографики. В таком случае мы вправе ожидать текста-описания, степень адекватности и сложности которого будет находиться в прямой зависимости от уровня языковой / речевой компетентности учащегося. Описание

при этом может дополняться комментариями-рассуждениями, а также элементами повествования.

В-третьих, инфографика может присутствовать в учебно-научных презентациях в аудиториях самых различных специализаций: экологов, экономистов, социологов и т. д. Особенно он будет уместен на занятиях по страноведению России. Как дополнительный иллюстрирующий материал к научному докладу он потребует озвученного комментария, который может выполнять функцию и аргумента, и объяснения, и даже инструкции — в зависимости от интенции говорящего.

Не обойдем вниманием и еще один прикладной (учебный) аспект использования текстов инфографики (языковой объективации зрительных образов): они могут найти успешное применение в преподавании русского языка как иностранного на занятиях по обучению продуктивным видам речевой деятельности: говорению и письму.

Т. о., обозначив возможный круг включения инфографики в речевую коммуникацию, мы указали и на другой важный момент: натуральные тексты, порождаемые реципиентом при вербализации инфографики, будут весьма разнообразны в зависимости от ситуации общения и от интенции говорящего.

Итак, нас интересуют механизмы текстообразования, полноценное понимание которых невозможно без анализа семантической организации текста, а также анализа языковых средств, участвующих в её реализации.

Понимая текстообразование, с одной стороны, как линейную упорядоченность текста, как переход от одного предложения к другому, мы должны обратить особое внимание и на механизмы, направляющие *текст как систему*. Здесь на первый план выходят определенные семантические модели предложений, которые организуют каждый отдельный кадр целого визуального текста на уровне сложного синтаксического целого (ССЦ), обеспечивая переход от одной микротемы к другой. Именно кадрование, сменяющие друг друга *кадры* видеоролика, организуют *видение* и определяют композиционную семантику порождаемого текста.

К актуальным *базовым* текстообразующим семантическим типам предложений, направляющим текст-описание инфографики, как показывают наблюдения, следует отнести следующие:

1) социально / политически / экономически значимый **объект и его абсолютная величина** / размер / количество / объём;

2) социально / политически / экономически значимый **объект и изменение его величины** / размера / количества / объёма **во времени и пространстве**;

3) социально / политически / экономически значимый **объект и его величина** / размер / количество / объём **в сопоставлении с другим аналогичным объектом**.

В зависимости от интенции говорящего, языковая объективация инфографики может приводить к порождению разного типа текстов, однако перечисленные семантические модели, характерные для текста-описания инфографики, составляют тот ми-

нимальный инвариантный модуль, который усложняется при порождении производных текстов других жанров на той же иконографической базе.

Высказанные нами соображения точно коррелируют с высказываниями авторов проекта. Так, руководитель компании «Меркатор» Андрей Скворцов в своей интернет-лекции «Увидел и понял» сказал, что без цифр, без количественной информации, которые составляют содержание видеоролика, «смотреть нечего». С другой стороны, директор проекта справедливо заявил, что у цифр должна



1. Тема видеоролика



2. Цифры в статике



3. Цифры в динамике

На первом кадре обозначена тема инфограммы. Мониторинг общественного мнения по значимым для страны сферам является важным фактором демократии и серьезным поводом для размышлений государственного менеджмента. Отношения России и Китая в сегодняшней геополитической ситуации очень важны, т. е. данный текст однозначно ситуативен.

Второй кадр дает «голые цифры»: количественную информацию результатов опроса ВЦИОМ. Характер языковой объективности этого кадра задан вопросом *Как вам кажется, кем сегодня является Китай для России?* Ремой конструируемого высказывания будет вербализация цифр (даем простейший вариант, могут быть другие):

Китай для России сегодня является стратегическим и экономическим партнером для 49% опрошенных. Китай для России сегодня является дружественным государством, союзником для 36% опрошенных. Китай для России сегодня является экономическим и политическим конкурентом для

8% опрошенных. Китай для России сегодня является враждебным государством для 1% опрошенных.

Данный кадр обслуживается первым семантическим типом предложения (объект и его величина): ментальный факт жизни российского общества (отношение к другой стране) и его количественное измерение «в душах».

Выводное знание: большинство россиян сегодня считают Китай стратегическим и экономическим партнером, а также — дружественным государством, союзником, что совпадает с генеральным внешнеполитическим вектором российских властей.

Речемыслительная работа с этим кадром в норме ограничивается уровнем **содержания**, констатацией факта.

Третий кадр, представляющий количественную информацию в динамике, в интервале десяти лет, заставит говорящего / пишущего оценить «историю» цифр, что в норме должно вылиться в высказывания:

Процент считающих Китай партнёром и союзником России за 10 лет вырос / возрос / увеличился / стал больше в полтора раза / на 29 пунктов.

Как можно заметить, семантика направляющей микротему структуры приобретает вид: объект и изменение его величины во времени.

Можно прогнозировать следующие вербализованные рефлексии по поводу информации третьего кадра (интерпретация, выводящая на **смыслы**):

Это свидетельствует об очевидной положительной динамике отношения русских к китайцам. Объяснения этому факту, вероятно, можно найти, с одной стороны, в новых крупных совместных взаимовыгодных проектах, появившихся именно в этот период, с другой — резким обострением отношений с Западом. Характер текста позволяет отнести его к рассуждению.

Разумеется, огромное значение для инфографики имеет вопрос легкости восприятия, что связано, прежде всего, с выбором визуальной формы подачи материала и отражается на механизмах вербализации.

ЛИТЕРАТУРА

Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. — М.: «Языки русской культуры», 1999. — I–XV. — 896 с.

Высоцкий В. С. Сочинения. В 2 т. Т. 1. Песни / сост., подгот. текста и ком. А. Крылов. — 16-е изд., стеретип. — М.: Локид-Пресс, 2003.

Данные об авторе:

Гончар Ирина Александровна — кандидат педагогических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет (Россия).

Адрес: 199034, г. Санкт-Петербург, Университетская наб. 7-9.

E-mail: goncharia@mail.ru

About the author:

Gonchar Irina Aleksandrovna is a PhD, associate professor of St Petersburg State University (Russia).

Гончар И. А. Несплошной текст: медийная видеограмма и ее лингвистический компонент // Динамика языковых и культурных процессов в современной России: Материалы IV Конгресса «РОПРЯЛ» в рамках I Педагогического форума «Русский язык в современной школе» (Сочи, 1–2 ноября 2014): в 4 т. — СПб.: «РОПРЯЛ», 2014. — С. 71–75. — 1 т.

Концевой М. Интерактивная журналистская инфографика: феномен, тенденции и инструментарий // Жыццём і словам прысягаючы / под ред. В. І. Іўчанкава. — Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2012. — С. 298–307.

Круткин В. Л. Техногенные изображения в социальном познании // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2012. — Т. 15 — № 2. — С. 114–128 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/24/1251425426/Krutkin_2012_2.pdf (дата обращения: 01.06.15).

Крышталева М. К. Визуальный опыт в аналитике современной культуры: дисс. ... канд. культурологи: 24.00.01. — СПб, 2015.

Пирогов С. В. Горизонты исследований визуального // Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология — 2013. — № 4 (24). — С. 124–131.

Скворцов А. Увидел и понял. Инфографика с Андреем Скворцовым [Электронный ресурс]. — Режим доступа: infogra.ru/infographics...skvortsov-uvidel-i-ponyal (дата обращения: 01.06.2015).