

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ШИШКОВА Кристина Александровна

**Вербалика и инфографика
в формировании смысловой структуры текста
(на материале научно-популярных телепрограмм)**

Профиль магистратуры – «Журналистика сферы досуга»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –
доктор филологических наук,
профессор В. И. Коньков

Вх. № ____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. РЕЧЕВАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО МЕДИАДИСКУРСА	8
1.1. Функционально-стилевой статус научно-популярного текста	8
1.2. Речевая концепция поликодового мультимедийного издания	17
1.3. Феномен поликодности и структура поликодового текста	25
1.3.1. Вербальная составляющая поликодового текста	34
1.3.2. Невербальный компонент научно-популярного поликодового издания	42
ГЛАВА 2. ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОДЕРЖАНИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ПОЛИКОДОВОГО ТЕКСТА	48
2.1. Концепция научно-популярной телепередачи «Чудо техники».....	48
2.2. Стилистическая характеристика вербального компонента поликодового текста	53
2.3. Семиотический потенциал невербальной знаковой системы	85
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	105
БИБЛИОГРАФИЯ	108
Список литературы	108
Список источников	114
ПРИЛОЖЕНИЯ	115
Приложение А	115
Приложение Б.....	124
Приложение В	130

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время в средствах массовой коммуникации наблюдается тенденция все чаще прибегать к визуализации информации. Журналистская практика показала, что использование вербального текста вместе с иллюстрацией в несколько раз повышает эффективность коммуникации. Эти два элемента, неразрывно взаимодействуя между собой, формируют единую смысловую структуру текста. **Актуальность** темы исследования заключается в том, что настоящая ситуация в медиадискурсе порождает понимание того, что текст – это не только вербальный компонент, но и визуальная составляющая. По этой причине подобный тип текста требует исследования вербального и невербального компонента в совокупности, в то время как большая часть работ ориентирована на рассмотрение невербальных средств в независимости от вербальных. Вопрос формирования смысловой структуры текста различными семиотическими системами остается открытым в научной медиасреде. Данное положение обосновывает **новизну** выбранной темы диссертации.

В визуализации информации особенно нуждаются научно-познавательные средства массовой коммуникации. Их главная цель заключается в том, чтобы как можно более доступно передать своей аудитории материалы о результатах научных экспериментов, достижениях в области техники и т.д. Как ничто другое, эту задачу решает семиотические системы, представленные в инфографике. Поэтому именно этот тип досуговой журналистики представляет интерес для исследования. **Объектом** исследования является научно-популярный поликодовый телевизионный текст. **Предметом** являются приёмы формирования содержания научно-популярного текста при помощи вербальных и инфографических компонентов.

Цель исследовательской работы заключается в том, чтобы описать и проанализировать процесс формирования содержания научно-популярного поликодового текста. Для достижения цели поставлен ряд следующих **задач**:

- 1) уточнить содержание используемых в работе понятий: слово, вербалика, текст, поликодовый текст, типы языковых значений, инфографика;
- 2) создать эмпирическую базу исследования: отбор инфографики и отдельных ее элементов, представляющих интерес для исследования;
- 3) систематизировать типы языковых значений;
- 4) выявить функциональное назначение и взаимодействие знаковых систем в формировании мультимедийного текста;
- 5) определить основные принципы и средства перекодировки из одной знаковой системы в другую.

Базовыми понятиями исследования в данной работе являются следующие: слово, текст, поликодовый текст, знак, типы языковых значений, инфографика.

Основой исследовательской деятельности являются **методы** описательного и сравнительного анализа видеоматериалов научно-популярного СМИ. Названные методики позволят расчленить объект работы в виде многосоставного текста на отдельные элементы – вербальные и невербальные – и рассмотреть их комплексно. Исследование заключается в описании и сравнении функционирования вербальной и невербальной знаковых систем в составе поликодового текста. Применение анализа обусловлено сформулированными в исследовании задачами.

Теоретическую базу исследования составили работы отечественных ученых и ряда зарубежных авторов. В исследовании использовалась литература в области теории знака – Ю. М. Лотмана, Н. Д. Арутюновой, Р. О. Якобсона, Н. Б. Мечковской и других. Из области теории текста существенными для работы стали труды М. Н. Кожинной, Н. С. Валгиной, Е. С. Кубряковой, В. Е. Чернявской. В настоящем исследовании нашли

отражение положения стилистов: В. Г. Костомарова, М. Н. Кожиной, Д. Э. Розенталя, Д. Н. Шмелева, В. И. Конькова и других. Описанию научно-популярного стиля и изложению речевой концепции научно-популярного издания способствовала научная литература под авторством А. Н. Гвоздева, Э. А. Лазаревич, С. Г. Антонова и многих других. Также большую роль для разработки темы исследования сыграли работы следующих авторов из области семиотически осложненных текстов: Ю. А. Сорокина, Е. Ф. Тарасова, В. Е. Чернявской, Е. Е. Анисимовой, А.-М. Ариас, И. А. Гончар и других.

Телевизионная журналистика является основным продуктом процесса визуализации в медиапространстве, поэтому именно ТВ выступает в качестве источника исследования. **Эмпирическую базу** диссертационной работы составляют выпуски научно-популярной телевизионной программы «Чудо техники», которая выходит в эфире канала НТВ с ведущим Сергеем Малоземовым. Объем материалов включает в себя 137 выпусков программы, вышедших в период: с 2014 года по апрель 2017 года. Для анализа произведен отбор вербально-визуальных текстов передачи, вышедших в эфир в осенне-зимний сезон 2015 года. «Чудо техники» – один из тех проектов познавательного характера на современном российском телевидении, который популяризирует научное знание не только посредством слова, но и других семиотических систем. В каждом выпуске передачи для создания той или иной картины мира наблюдается использование как вербальных, так и визуальных средств сообщения информации, что позволяет говорить о существовании в программе мультимедийного текста. Именно поэтому «Чудо техники» представляет наибольший интерес в разработке темы исследования.

Проведенная исследовательская работа позволила сформулировать следующие **положения**, выносимые на защиту:

1) Текст – это осмысленная цепочка знаков различных семиотических систем. Исследуя материалы средств массовой информации, следует учитывать не только их вербальную составляющую.

2) Научно-популярный текст представляет собой поликодовый текст, элементы структуры которого образуют единый цельный текст и сообща участвуют в процессе создания смысла.

3) Содержание научно-популярного поликодового текста строится на основе интеграции значений вербального и визуального компонентов. Вербальный элемент текста выражает значения отвлеченного типа, в то время как визуальный компонент передает предметную семантику.

4) Визуальный код в виде телевизионной инфографики имеет ряд особенностей в передаче смысла текста относительно вербальной составляющей поликодового единства. Визуализация достигает эффективной коммуникации при изложении пространственной и сравнительной информации, а также изображении структуры чего-либо. Инфографика позволяет быстрее и доступнее воспроизвести количественные данные. Визуальная метафора позволяет невербальному компоненту передать некоторые слова с не предметной семантикой. В то же время инфографический текст демонстрирует свою ограниченность в передаче лексических единиц с субъективно-модальным значением.

5) Каждый компонент поликодового текста участвует в формировании единого смысла текста, тесно взаимодействуя друг с другом. Содержание научных терминов и факты передает вербальная составляющая, а визуальная – адаптирует их к здравому смыслу.

Логика исследования обусловила **структуру** работы, состоящей из введения, основной части, заключения, списка использованной литературы, источников и приложения. Во введении обосновывается актуальность и новизна выбранной темы, определяются цель и задачи, объект и предмет, описываются используемые методы исследования, теоретическая и эмпирическая базы, а также структура магистерской диссертации. Первая

глава включает в себя рассмотрение функционально-стилевого статуса научно-популярного текста и определение речевой концепции мультимедийного издания. Большой объем раздела рассказывает о феномене поликодовости и подробным образом описывает структуру поликодового текста. Во второй главе описанию и сравнению подчиняются принципы формирования содержания научно-популярного поликодового текста: участие вербальной и невербальной знаковых систем в создании и передаче смысла текста. Заключение диссертации включает в себя выводы, сделанные в ходе исследовательской деятельности.

Библиография работы состоит из списка литературы и электронных ресурсов, которые составили теоретическую базу для исследования, и списка источников – журналистских материалов, подвергшихся описательному и сравнительному анализу. В библиографический список вошли учебники, научные статьи и другие источники в количестве 68 наименований.

Работу завершает раздел «Приложения», в составе которого три приложения с расшифровкой эмпирического материала – видео-вербальных текстов научно-популярной телепрограммы «Чудо техники», которые использовались при анализе в основной части исследования. Расшифровка представляет собой текстовую расшифровку поликодового текста в виде таблицы, а также скриншоты экрана с содержанием, соответствующим текстовой расшифровке.

ГЛАВА 1. РЕЧЕВАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО МЕДИАДИСКУРСА

1.1. Функционально-стилевой статус научно-популярного текста

Научно-популярный текст является объектом исследования многих наук. Речевое поведение исследователя находится в центре внимания специалистов из области психологии, философии, педагогики, лингвистики и стилистики.

В традиционной функциональной стилистике научный стиль общепризнан, но ученые предлагают отличать несколько его разновидностей. Так, М. Н. Кожина¹ выделяет три основных подстиля: собственно научный, научно-учебный и научно-популярный. Д. Э. Розенталь² в своем учебном пособии выделяет научно-популярный, научно-деловой, научно-технический (производственно-технический), научно-публицистический, учебно-научный подстили. Учебник для вузов «Культура русской речи»³ под редакцией Л. К. Граудиной и Е. Н. Ширяева предлагает такие разновидности научного стиля, как собственно научный, научно-информативный, научно-справочный, учебно-научный, научно-популярный.

Такое разделение обусловлено неоднозначностью критериев выделения подстилей. Именно по этой же причине стилистический статус научно-популярного текста до сих пор не определен и является объектом многочисленных научных дискуссий. Какая-то часть считает научно-популярный тип речи самостоятельным функциональным стилем, другая утверждает его статус как подстиля. Главным фактором в данном вопросе служит фактор адресата и коммуникативная функция рассматриваемого в

¹ Кожина М. Н. Стилистика русского языка. 3-е изд. М., 1993. С.153.

² Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителя. 3-е изд. испр. и доп. М.: Просвещение, 1985. С. 341.

³ Культура русской речи: учебник / Под ред. Л. К. Граудиной, Е. Н. Ширяева. М., 2001.

текста в передаче информации адресату, который является непрофессионалом.

Т. А. Воронцова⁴ сложность в определении стилевого статуса научно-популярного текста видит в двух факторах. Во-первых, научно-популярная литература включает в себя различные жанры, будь то статья или интервью. Во-вторых, разнообразным также является стилистический способ презентации данного текста и коммуникативно-прагматические параметры, которые на это оказывают влияние. Автор поясняет, что вариативность подачи информации определяется в то же время и статусом аудитории, который может быть по-разному дифференцирован. Критериями в данном случае выступают образовательный уровень, возраст, возможности восприятия научных знаний и цели их получения. Т. А. Воронцова убеждена, что данное обстоятельство отчетливо влияет на способ изложения информации.

Одна часть исследователей лингвистики, в числе которых А. Н. Гвоздев, А. В. Степанов, Н. Д. Андреев, Я. Сердобинцев, Н. Н. Маевский, В. И. Кодухов, Г. А. Васюченко, А. Стельмашук, Н. В. Позднякова, Г. Ш. Айтмуханова и другие называют научно-популярный текст самостоятельным функциональным стилем.

Одним из первых ученых, кто выделил научно-популярный стиль речи, стал А. Н. Гвоздев⁵. Это стиль, который отличается от сугубо научного, рассчитанного на специалистов. Из работы Гвоздева «Очерки по стилистике русского языка» следует, что научно-популярная речь рассчитана на широкие круги читателей, незнакомых или мало знакомых с теми темами, которые излагаются автором произведения. А. Н. Гвоздев утверждает, что они стремятся не просто вполне в доступном виде познакомить свою аудиторию

⁴ Воронцова Т. А. Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля) // Вестник Челябинского государственного университета, № 6 (335). Сер.: Филология. Искусствоведение. Вып. № 88. Челябинск, 2014. С. 39.

⁵ Гвоздев А. Н. Очерки по стилистике русского языка. М: URSS, серия «Лингвистическое наследие XX века», 5-е изд., 2009.

с материалом, но и сделать это изложение живым, увлекательным. «Вследствие этого, с одной стороны, не имеющая широкого распространения терминология заменяется описаниями или разъясняется, вместо абстрактных формул дается конкретный иллюстративный материал, с другой — используются приемы художественной речи, сообщающие изложению образность и эмоциональность»⁶.

А. В. Степанов, исследуя стилистику русского языка, также не упускает из виду научно-популярный дискурс и подчеркивает, что данный вид текстов выделяется в отдельный стиль в результате общего процесса расслоения стилей литературного языка и включает в свою основу сложные взаимоотношения форм устной и письменной речи. Главенствующей проблемой исследуемого стиля Степанов справедливо называет проблему читателя: «специфика языка научно-популярной литературы заключается в том, что любое научное понятие, обозначаемое термином, непременно вовлекается в цепь житейских ассоциаций, подчиняясь, таким образом, центральной проблеме научно-популярного стиля – проблеме читателя»⁷.

Н. Н. Маевский⁸ вслед за рядом исследователей тоже выделяет научно-популярную речь в отдельный стиль и аргументирует это тем, что в отличие от научного данный стиль реализует не одну языковую функцию коммуникации, а две такие функции: информирующую и воздействующую – функции, которые присущи средствам массовой коммуникации в целом. Использование этих двух функций определяется особой сферой общения и деятельности – в сфере научной популяризации, где этот стиль и используется. По словам Маевского, его применение определяется в том числе и особой экстралингвистической основой, которая является отличной от научного стиля.

⁶ Там же. С. 24.

⁷ Степанов А. В. Проблемы стиля научно-популярной литературы // Вопросы стилистики. М.: МГУ, 1966. С. 86.

⁸ Маевский Н. Н. Особенности научно-популярного стиля: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Н. Н. Маевский / Ростовский государственный университет. Ростов-на-Дону, 1978.

А. Стельмашук выделяет научно-популярный стиль исключительно на экстралингвистическом основании. В своей работе лингвист опирается на положение, что «специфика данного стиля предопределяется отражением в нем совмещения двух видов сознания: бытового и научного, тогда как за спецификой собственно научного стиля стоит лишь научное сознание со всеми вытекающими из этого факта закономерностями теоретического мышления»⁹. В данном случае научно-популярный стиль характеризуется не ограниченным набором языковых средств, а их специфическим использованием в структуре текста и особенной реализацией функций и роли в композиционном устройстве.

Утверждение о наличии соотношения научного и бытового в научно-популярном тексте среди лингвистов отсылает к уже упомянутой проблеме фактора адресата и адресанта, участвующих в акте коммуникации. Таким образом, целевая установка научно-популярных текстов заключается в популяризации научного знания для непрофессионалов. Она определяет ключевые стилеобразующие черты, среди которых называют доступность, образность, конкретность, наглядность.

Г. Ш. Айтмуханова¹⁰ тоже солидарна с большинством исследователей и выделяет самостоятельный научно-популярный стиль, которому свойственны специфические особенности, отличающие его от собственно-научного, что накладывает определенный отпечаток на отбор языковых средств и на их тип функционирования.

По вопросу научно-популярного стиля Н. В. Позднякова пишет следующее: «широкая сеть научно-популярных изданий, важность функций, реализуемых этими изданиями, своеобразие стиля, особый отбор лексических и синтаксических средств дает основание расценивать и

⁹ Стельмашук А. Функционирование вопросительных предложений в научно-популярном стиле: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04./ А. Стельмашук. Л., 1987. С. 3.

¹⁰ Айтмуханова Г. Ш. Стратегии интерпретации немецких научно-популярных текстов (грамматический аспект): дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04./ Г. Ш. Айтмуханова/ Моск. гос. лингв. ун-т. М., 1997. С. 36.

рассматривать научно-популярный стиль речи не как разновидность научного стиля, а как сложившийся и прекрасно действующий в языке самостоятельный стиль книжной речи»¹¹.

В то же время большому числу исследователей стилистики научно-популярного текста, которые склонны причислять его к списку функциональных стилей, противостоит немало ученых. Оспаривают предположения и убеждения первых и оценивают научно-популярную речь как подстиль и разновидность научной речи В. А. Кухаренко, Е. Г. Сошальская, Р. А. Будагов, Е. И. Калмыкова, Т. А. Тимофеева, И. Р. Гальперин, М. Н. Кожина, Э. Г. Ризель, Л. Г. Барлас, М. И. Брандес, О. Д. Митрофанова, Е. С. Троянская, И. И. Баранова, О. Л. Морова и другие.

Т. А. Тимофеева¹² придерживается того, что научно-популярный текст является разновидностью научного стиля, ссылаясь на то, что современные функциональные стили имеют множество ответвлений в соответствии с речевыми жанрами.

Научно-популярный текст принципиально не отличается от собственно научного, как считает стилист русского языка М. Н. Кожина¹³. Первый содержит в себе все основные и наиболее существенные особенности научного изложения, в том числе и при использовании средств выразительности и образности. Именно на этом основании М. Н. Кожина также выделяет научно-популярный подстиль в рамках научного стиля. В то же время Л. Г. Барлас¹⁴ считает, что научно-популярный подстиль находится на периферии научного стиля.

¹¹ Позднякова Н. В. Метафора в научно-популярном стиле: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Н. В. Позднякова / БГПУ им. М. С. Ольминского. Белгород, 1995. С. 9.

¹² Тимофеева Т. А. Некоторые речевые приемы популяризации в научно-популярной литературе: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Т. А. Тимофеева. Краснодар, 1969. С. 7.

¹³ Кожина М. Н. Стилистика русского языка. 3-е изд. М., 1993.

¹⁴ Барлас Л. Г. Русский язык. Стилистика: пособие для учителей / Л. Г. Барлас. М.: Просвещение, 1978. С. 70.

В свою очередь О. Д. Митрофанова¹⁵ аналогично считает, что научно-популярные произведения широко используют все элементы, присущие научному тексту. По утверждению автора, научно-популярный текст имеет определенное своеобразие, однако он передает то же научное содержание и с этой целью применяет те же средства, что и сугубо научный стиль, – термины, синтаксические конструкции, устойчивые и фразеологические сочетания и другие. Данное обстоятельство тоже не позволяет О. Д. Митрофановой выделить из научного стиля научную популяризацию.

В работах таких авторов, как А. П. Грызулина¹⁶ и Л. Г. Хакимова, прослеживается иное основание, которым они руководствуются при рассмотрении научно-популярного текста как составной части научной речи. По их мнению, и те, и другие произведения передают научную информацию, но способ этой передачи имеет зависимость от коммуникативной задачи, которая стоит перед тем или иным текстом. «Научно-популярное изложение синтезирует в себе черты многих функциональных стилей. В нем органически соединяются стилевые черты научного функционального стиля, стилистические средства и художественные приемы публицистики, тенденция к беллетризации и элементы разговорно-обиходной речи»¹⁷. Таким образом, исследователи считают, что научная популяризация вбирает в себя черты не только научного стиля, но и других функциональных стилей. При этом образуется система разностилевых элементов, которые объединяются между собой в одно единое целое.

¹⁵ Митрофанова О. Д. Научный стиль речи. Проблемы обучения. М.: Русский язык, 1985. С. 14.

¹⁶ Грызулина А. П. Чтение научно-популярной литературы в старших классах средней школы: автореф. дис. ... канд. пед. наук / А. П. Грызулина. М., 1966.

¹⁷ Хакимова Л. Г. Научно-популярный стиль в русском и испанском языках (на материале текстов научно-популярных биографий): автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Л. Г. Хакимова. М., 1993. С. 3.

О научно-популярном тексте как о подстиле научного стиля говорит также Е. С. Троянская¹⁸, которая считает важным фактором выделения непосредственно саму форму изложения – популяризацию, как дополнительную коммуникативную установку научного функционального стиля. Автор делает вывод, что научно-популярная литература – это литература научная по содержанию и популярная по форме изложения. В отличие от научного текста популярный, сообщая факты и рассказывая о явлениях, стремится заинтересовать аудиторию и воздействовать не только на их ум, но и на эмоции, воображение и чувства.

Позиция И. И. Барановой в данном вопросе следующая: «Научно-популярный текст, функционируя как некое единство разрешающих признаков, может быть достаточно удален от научного. Научно-популярные произведения представлены текстами очень широкого диапазона: в некоторых научно-популярных текстах наиболее отчетливо выступают признаки научного стиля, другие же могут находиться правее на шкале «научный текст – научно-популярный текст – научно-фантастический текст...»¹⁹. Так, научно-популярный стиль может иметь очень разнообразные формы, однако во всех случаях он является подстилем научного стиля. При этом популярный текст от ядра научного стиля стремится скорее к его границе.

Вслед за указанными авторами Л. В. Стегер²⁰ не считает целесообразным и правомерным выделять научную популяризацию в самостоятельный функциональный стиль и ставить в противопоставление с научным функциональным стилем. Тем не менее исследователь признает

¹⁸ Троянская Е. С. Особенности жанров научной литературы и отбор текстов на разных этапах обучения научных работников иностранному языку // Функциональные стили. Лингвометодические аспекты. М.: Наука, 1985.

¹⁹ Баранова И. И. Функциональные особенности научно-популярных текстов: На материале подязыка физики: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / И. И. Баранова / РУДН. М., 1995. С. 34.

²⁰ Стегер Л. В. Средства выражения экспрессивности в научно-популярном тексте (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 «Германские языки» / Л. В. Стегер. М., 1990. С. 12.

своеобразии стиля рассматриваемой коммуникативной сферы и его отличие по коммуникативным целям и языковой форме от собственно научной литературы. Главным аргументом в данном утверждении является общая предметная область, которая позволяет считать научно-популярную речь одной из форм передачи научной информации, – наука и техника. Именно эта форма совмещает в себе научную и частично бытовую среду.

Ряд ученых относят научно-популярную информацию к речевому жанру: А. Н. Васильева, Н. С. Фудель, О. С. Ахманова, М. М. Глушко, Д. Н. Шмелев, С. В. Кислицина.

Любопытный подход в изучении данной проблемы предлагают Н. С. Фудель и А. Н. Васильева²¹. В лингвистическом плане исследователи определяют научно-популярную литературу как своеобразный межстилистический речевой жанр, который вбирает в себя элементы основных функциональных стилей – научного, художественного, публицистического и разговорного. Научно-популярную литературу жанровым подразделением внутри научной также считают О. С. Ахманова и М. М. Глушко. Соглашается с исследователями и Д. Н. Шмелев²², который рассматривает научную популяризацию как особый жанр научной прозы с явным отступлением от принципов исключительно научного изложения.

Отсюда следует, что в ученом сообществе отсутствует единое мнение по отношению к статусу научно-популярного текста. Это объясняется сложностью и неоднородностью такой литературы, что приводит к различным подходам в анализе, а соответственно и разным выводам. С. В. Кислицина²³ неоднозначность этого вопроса видит в нескольких факторах, к которым можно отнести гибридность образования научно-

²¹ Фудель Н. С. Научно-популярный жанр / Н. С. Фудель, А. Н. Васильева // Вопросы стилистики в преподавании русского языка иностранцам. Под ред. А. Н. Васильевой. М.: МГУ, 1972.

²² Шмелев Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М.: Наука, 1977. С. 32.

²³ Кислицина С. В. Лингвостилистические средства научно-популярного изложения: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / С. В. Кислицина / Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. Мориса Тореза. М., 1984. С. 28.

популярного текста и переплетение и преломление языковых средств, заимствованных из других функциональных стилей. Эти обстоятельства позволяют автору говорить о наличии особого научно-популярного стиля изложения.

Мы приходим к выводу, что «лингвистическую основу научно-популярного стиля составляет межстилистическая контаминация – объединение в самостоятельную структурно-функциональную систему типичных для научного, художественно-беллетристического, публицистического и разговорного стилей разнообразных языковых средств и стилистических приемов в результате их функционального взаимодействия, органического слияния, скрещения»²⁴. Однако стоит отметить, что эти языковые средства и стилистические приемы не сохраняют в себе привычные черты и свойства, а внутри научно-популярного стиля приобретают качественно новое, функционально своеобразное в отличие от их работы в каждом отдельном стиле, из которых они заимствованы и в которых первично зародились. Это слияние научности и доступности и составляет конструктивный принцип научно-популярного изложения.

Итак, стиль научно-популярной речи отличается от научного стиля речи и является, скорее, его подстилем. Он существует на стыке научного и публицистического стилей. Л. Б. Волкова²⁵ определяет этот подстиль как коммуникативно-стилевый тип научного текста. Отличительной чертой изданий средств массовой информации просветительского характера от сугубо научных изданий является изложение материала в доступной для аудитории форме. Обобщая эти два характерных признака, можно прийти к следующему определению научно-популярного издания. Это такое средство досуговой журналистики, которое «содержит сведения о достижениях науки,

²⁴ Маевский Н. Н. Особенности научно-популярного стиля: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Н. Н. Маевский / Ростовский государственный университет. Ростов-на-Дону, 1978. С. 58.

²⁵ Приводится по: Минакова Н. А. О языке и стиле научно-популярного текста // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. №4. М.: РУДН, 2011. С. 27.

техники, культуры, искусства, о путях и методах их получения, о самих ученых (исследователях) и служит целям распространения этих сведений в форме, обеспечивающей их восприятие и усвоение читателями самого разного уровня образования, профессиональной подготовки, возраста»²⁶.

Во внимание следует принять определение научно-популярного текста еще одного автора – И. И. Барановой²⁷. По ее мнению, научно-популярный текст – это текст, излагающий научные сведения для неспециалиста в данной области знания и реализующий коммуникативную установку на удовлетворение познавательного интереса адресата.

К научно-популярному тексту относятся научно-популярные сообщения, которые рассчитаны на массового читателя и неспециалиста, то есть сообщение, изложенное в доступном виде. В отличие от чисто научного текста научно-популярный в свою очередь не стремится к исчерпывающему изложению научных проблем и гипотез.

1.2. Речевая концепция поликодового мультимедийного издания

В основе любого типа речевого поведения лежит стилевая концепция, которая порождает и определяет материал. Самым распространенным источником репрезентации научной информации, рассчитанной для непрофессионала, являются средства массовой коммуникации, поэтому целесообразно вести речь о концепции именно этой сферы культуры общества. Речевая практика СМИ представляет собой отдельный тип в стилевой классификации.

²⁶ Редакторская подготовка изданий: Учебник / Под ред. С. Г. Антоновой. М.: МГУП, 2002. С. 74.

²⁷ Баранова И. И. Функциональные особенности научно-популярных текстов: На материале подъязыка физики: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / И. И. Баранова / РУДН. М., 1995. С. 37.

Стилевая концепция рождается тогда, когда появляются идея и мнение, которое автор стремится передать своей аудитории. То есть концепцию составляет стилеобразующая идея, на основе которой производится отбор, сочетание и употребление языковых единиц, как пишет В. И. Коньков²⁸. Взаимодействие издания и журналиста с его адресатом является главным фактором образования любой концепции. Так, речевой облик издания и выбор языковых средств определяется спецификой аудитории. Средства массовой коммуникации в целом рассчитывают на максимальное количество потребителей, в числе которых читатели и зрители с различным опытом и навыками.

Отвечая потребности адресата быстро получить информацию, авторы прибегают к использованию определенных шаблонов, что становится естественным явлением при решении задачи информирования. При этом профессионал речи стремится удержать внимание аудитории, в чем ему помогают средства выразительности. Степень присутствия названных средств в тексте может варьироваться в зависимости от типа аудитории, на которую рассчитывает издание.

Речевая концепция издания – это экспрессивно-стилистическая модель, включающая в себя жанровую модель, структурные признаки, стиль, систему используемых средств выражения экспрессии. Современное массмедийное пространство вбирает в себя не только газетный язык, но и язык радио, телевидения и электронных изданий. Поэтому сегодня стиль формируют и невербальные параметры, такие как интонация, голос, жесты, видео и многое другое. Но, несмотря на разнообразие текстов, язык средств массовой информации подчинен стилистическому единству, хотя и является синтезом книжной и разговорной речи.

«Для этой новой текстовой группировки специфично главным образом прямолинейно-утилитарное использование стилистики ресурсов как основы

²⁸ Коньков В. И. О двух разновидностях газетно-журнальной речи // Стереотипность и творчество в тексте: Межвуз. сб. науч. Трудов. Вып. 9 (по материалам Междунар. научн. конф.) / Отв. ред. М. П. Котюров; Перм. у-нт. Пермь, 2005. С. 111.

стандартов и экспресsem с привлечением всего языкового богатства, опора на контекстуальные значения с одновременным игнорированием истинного многоцветья стилистических оттенков выразительных средств, а также императив возможностей использования форм овеществления текста, прежде всего нового соотношения устной, письменной — и изобразительной передачи информации»²⁹. Стиль массовой коммуникации стремится решить две основные задачи: задачу сообщения и задачу воздействия. Функциональная составляющая СМИ как раз является основой для формирования концепции соответствующего издания и отвечает его функциональному стилю. Целевая установка издания предопределяет использование тех или иных речевых средств при создании текста. Информирующая функция достигается за счет воспроизведения готовых словосочетаний и конструкций, в то время как экспрессивные средства направлены на решение воздействующей интенции. Г. О. Винокур³⁰ назвал эти главные установки издания задачами информирования и информационного комментария.

Таким образом, речевая концепция издания строится на основе объединения свойств, присущих практике книжной и разговорной. Каждое средство массовой информации избирает свою концепцию: с большей или меньшей степенью разговорности.

Издание, тяготеющее к книжной литературной разновидности речи, использует сложноподчиненные предложения с придаточными изъяснительными, частицы, вводные конструкции, а также элементы разговорности. Такая речь в большинстве своем носит информационный и фактический характер.

Концепция разговорности предполагает характер неофициальной коммуникации. Текст, ориентированный на подобное речевое поведение,

²⁹ Костомаров В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной стилистики. М., 2005. С. 218.

³⁰ Приводится по: Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М.: МГУ, 1971. С. 20.

включает в себя предметную и экспрессивную семантику. Большое значение в данном случае на себя берут невербальные средства в отличие от концепции книжности.

Особенность языка СМИ определяется и каналом коммуникации, в котором оно взаимодействует. Печатная пресса наряду со словесным текстом апеллирует шрифтом, иллюстрациями, цветом, версткой. На радио большую роль играет звуковой ряд: музыка, шум, интонация, темп и другие паралингвистические свойства. Все эти характеристики объединяются между собой в языке телевидения и представляют собой набор средств эффективного воздействия на аудиторию. Кроме того, речевая практика телевидения включает также жесты, мимику, параметры пространства и видеоряд.

Таким образом, современные средства массовой информации являются собой конгломерат вербальных и невербальных средств, которые тесно сотрудничают друг с другом, определяя языковую концепцию того или иного издания.

Так, например, научно-популярная журналистика характеризуется особой организацией высказывания. Разница в языке научного и научно-популярного стиля очевидна, однако и в ряду изданий, популяризирующих науку, существуют отличия.

Среди всех досуговых программ на современном телевидении научно-популярные передачи занимают особую позицию. Авторы учебного пособия «Журналистика сферы досуга»³¹ предлагают классификацию всех изданий досуга по функциональному критерию, где в первую группу относят научно-просветительские и характеризуют их как направленных на просвещение. Их назначение – популяризировать и пропагандировать основы научного знания, достижения техники и новые открытия.

³¹ Журналистика сферы досуга: учебное пособие / Под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2012.

Пособие предлагает условно делить все научно-популярные издания на две категории:

- 1) издания для подготовленного читателя, который обладает определенным опытом, знаниями и имеет широкий кругозор;
- 2) издания для неподготовленного читателя.

Соответственно, первая группа изданий предлагает подробную научную информацию, экспертное мнение и представляет собой специализированное издание. Подобные СМИ следуют концепции книжного литературного языка, поддерживая официальную связь с читателем или зрителем. Большую часть в медийном пространстве занимают издания для неподготовленного читателя, которые стремятся адаптировать научные знания и носят характер развлекательности. Конечно, такого рода издания расположены ближе к читателю, так как наряду с книжной придерживаются концепции разговорности. Итак, стилевую концепцию определяет идея, которой издание руководствуется при создании текста и обращении к своей аудитории.

Со слов С. Г. Антоновой³², во время создания научно-популярного издания редактор находится в поиске решений, средств и приемов, которые бы отличались новизной и оказывались эффективными в вопросе воздействия на читателя или зрителя. Перед редакцией стоит требование руководствоваться интересами своей целевой аудитории и основной целью издания для формирования концепции и содержания СМИ.

Доступность является условием популяризации, одним из способов достижения чего являются определенные языково-стилистические средства. Речевая концепция – это «частные требования к речевому исполнению материала»³³. Языковые особенности научно-публицистического текста

³² Редакторская подготовка изданий: Учебник / Под ред. С. Г. Антоновой. М.: МГУП, 2002. С. 79.

³³ Стилистика как речеведение: сборник научных трудов славянских стилистов, посвященный памяти профессора М. Н. Кожинной / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М.: ФЛИНТА, 2013. С. 136.

определяются сферой функционирования и основной интенцией – целью. Таким образом, говоря о цели научно-популярного текста, следует прибегнуть к понятию интенции, которая имеет свою специфику относительно того или иного стиля, употребленного в медиа. Обычно диалог ученых с массовой публикой является затрудненным, поэтому эта задача возлагается на журналиста. Но адресат при этом получает опосредованную информацию, которая изложена не чисто научным, а доступным языком, о чем уже было сказано ранее. Например, знакомя читателя или зрителя с новым понятием или процессом, автор дает не научно выверенное определение, а предлагает его только в краткой форме, называет лишь характерные признаки или сравнивает с уже известными аудитории явлениями. Подобные стилистические приемы способствуют легкому пониманию и восприятию содержания. Как пишет М. П. Брандес, популяризация опирается на «принцип говорить о неизвестном через известное, привычное, понятное»³⁴.

По научным изысканиям С. М. Болховитиновой³⁵ следует, что предназначение научно-популярных изданий состоит в том, чтобы нести научную информацию преимущественно широким кругам читателей – это определяет основную издательскую позицию при оформлении изданий названного типа. Концепция определяется требованиями научности и образности, рациональности и эмоциональности, требованиями той особой ситуации общения читателя с предлагаемым научным материалом, которая вовлекает в чтение и доступно передает сложные понятия. «Доступность – показатель, какими должны быть содержание и характер авторской

³⁴ Брандес М. П. *Стилистика текста. Теоретический курс: Учебник. 3-е изд., перераб, и доп.* М.: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004. С. 732.

³⁵ Болховитинова С. М. *Композиция издания: особенности проектирования различных типов изданий.* М.: Изд-во МГУП, 2000. С. 88.

интерпретации научного материала, чтобы при определенном напряжении сил читатель мог им овладеть»³⁶.

А. В. Степанов интенцию научно-популярного текста видит в том, «чтобы доступным и красочным образом дать возможность проникнуть в среду науки и техники, возбудить вкус и желание работать в этой области»³⁷. Т. Н. Гнедько³⁸ по данному вопросу пишет, что научно-популярный текст, хотя и сохраняет в себе частичную терминологию и клишированность синтаксических конструкций, по сравнению с другими типами текстов научного стиля использует наиболее эмоционально оценочные слова. Он должен привлекать читателя-неспециалиста максимальной наглядностью, доступностью и эмоциональностью.

Главная цель научной публицистики – информировать общество о научных достижениях и открытиях. Однако если говорить об интенции научно-популярного стиля речи в максимально полном и развернутом виде, то стоит отметить более глобальное предназначение исследуемого типа текста, о чем пишет Н. А. Минакова. «Основная цель, или интенция, научных журналистов — формирование позитивного отношения общества, власти и бизнеса к науке в целом. Таким образом, функция воздействия, одна из основных функций публицистики, направлена и на адресата без сформировавшегося интереса к науке, и на адресата зачастую без базового образования, на детей. По словам Ю. Пленера, ученого, журналиста, «главная задача здесь — зацепить, заинтересовать, увлечь, сформировать ощущение

³⁶ Редакторская подготовка изданий: Учебник / Под ред. С. Г. Антоновой. М.: МГУП, 2002. С. 79.

³⁷ Степанов А. В. Проблемы стиля научно-популярной литературы // Вопросы стилистики. М.: МГУ, 1966. С. 85.

³⁸ Гнедько Т. Н. Функционально-стилевой статус научно-популярного текста // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Сер.: Філологічні науки. Кн. 2, 2014. С. 51.

значимости и престижности работы ученых и результатов их деятельности»³⁹.

«В научно-популярном изложении больше, чем в строго научном, проявляется диалектическое единство эмоционально-чувственных илогических элементов познания. Отсюда наличие в научно-популярной литературе таких полярных жанрово-стилевых качеств, как логичность и эмоциональность, объективность и субъективность, абстрактность и конкретность, иллюстративность, наглядность»⁴⁰. В научно-популярном издании используются в основном общеупотребительные термины. Научные понятия заменяются упрощенными определениями и оборотами речи. Нередко научные журналисты применяют риторический диалог, тропы и стилистические фигуры, фразеологизмы, предложения восклицательной, вопросительной или побудительной семантики, парцелляцию, личные местоимения и другие средства.

Эффективным воздействующим средством коммуникации вместе с определенными языковыми приемами выступает и иллюстративный материал. Это важнейшая часть в освещении научно-популярной информации. Визуальная составляющая издания представляет собой графику, схемы и инфографику. Их количество, способ воспроизведения и вид исходят также из концепции издания.

Так, концепция научно-популярного издания, исходя из общей концепции средств массовой информации, заключается в сочетании терминов и эмоционально окрашенной лексики, в большей или меньшей степени. Е. А. Лазаревич⁴¹ заключает, что особенностями речевой организации научно-популярной литературы являются точность и конкретность раскрытия терминов и образность их разъяснения.

³⁹ Минакова Н. А. О языке и стиле научно-популярного медиатекста / Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. Выпуск № 4. М.: РУДН, 2011, С. 27.

⁴⁰ Брандес М. П. Стилистика текста. Теоретический курс: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004. С. 732.

⁴¹ Лазаревич Э. А. Искусство популяризации науки. М.: Наука, 1978. С. 150.

Таким образом, научно-популярный материал зачастую представляет собой взаимодействие вербального и невербального компонентов, которые в совокупности составляют поликодовый текст. Далее следует подробное рассмотрение феномена поликодности как черты научно-популярного текста, а также действия вербального и невербального знаков как средств реализации концепции издания.

1.3. Феномен поликодности и структура поликодового текста

Под вербальной коммуникацией, или вербаликой, понимается форма общения посредством языковых конструкций, которые создаются и употребляются на основе определенных правил. В. М. Березин⁴² такую коммуникацию называет словесной, делая акцент на главном и единственном средстве ее реализации – слове. Следствием же использования системы слов является образование цельного текста.

Слово *вербалика* образовано от слова *вербальный*, которое в свою очередь происходит от латинского *verbalis*, что в переводе значит 'словесный'. В то же время ему предшествует *verbum*, который переводится как 'слово'. Именно это значение подразумевается под понятием *вербалика* в данном исследовании. В лингвистике до сих пор не существует общепринятого определения слова, поэтому этот вопрос среди ученых носит статус актуального. Осмыслить слово аналитически пытается Л. И. Богданова и находит в нем двустороннюю сущность, «которая состоит в том, что слово – это материальная звуковая оболочка, иначе говоря, план выражения, с одной стороны, и с другой стороны, закрепленное за планом выражения содержание, в котором отражается внеязыковая действительность»⁴³.

⁴² Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: РИП-Холдинг, 2003. С. 130.

⁴³ Богданова Л. И. Стилистика русского языка и культура речи: Лексикология для речевых действий: учебное пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. С. 29.

Если обратиться к толкованию, которое дают в своем словаре С. И. Ожегов и Н. Ю. Шведова⁴⁴, то выходит, что слово – это единица языка, служащая для наименования понятий, предметов, лиц, действий, состояний, признаков, связей, отношений, оценок. Д. Н. Шмелев⁴⁵ также определяет слово через его функциональное значение, которое состоит в номинации. Отсюда следует, что слово – это номинативная единица, или единица наименования.

В основу определения понятия некоторые лингвисты кладут такую характеристику слова, как его синтаксическая самостоятельность: слово – это минимальная единица, способная в соответствующей ситуации выступать изолированно, в качестве отдельного предложения.

В толковом словаре С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой⁴⁶ существует и второе значение понятия *слово*, которое звучит как *речь, способность говорить*. В отличие от первого значения в данном случае понимается не исключительно единица языка, а совокупность этих единиц, благодаря которым рождается речь. То есть слово приобретает смысл в определенном контексте, а значит, существует в системе – языковой. Так и всемирная сеть Интернет при поиске определения понятия *вербалика* тоже отсылает к *речи*. Свободная энциклопедия Википедия дает следующее определение понятию *речь*: исторически сложившаяся форма общения людей посредством языковых конструкций, создаваемых на основе определённых правил. Эти установленные правила и закономерности употребления лексических единиц являются проявлением системности. Система из взаимосвязанных слов образует текст – вербальный текст, письменный или устный. Отождествлять

⁴⁴ Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд. доп. М.: ООО «А ТЕМП», 2006. С. 730.

⁴⁵ Шмелёв Д. Н. Современный русский язык: Лексика русского языка. М.: Просвещение, 1977. С. 7.

⁴⁶ Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд. доп. М.: ООО «А ТЕМП», 2006. С. 730.

текст, речь и вербалику позволяет также то, что Ю. М. Лотман в своем труде⁴⁷ приравнивает понятия текста и речи.

Текст – последовательность предложений, слов (в семиотике – знаков), построенная согласно правилам данного языка, данной знаковой системы и образующая сообщение.

В стилистическом словаре русского языка М. Н. Кожинной не найти определения слову, но предлагается объемное толкование понятия *текст*. Термин берет начало от латинского *textus*, который переводится как ‘*ткань, сплетение, соединение*’. «Текст – это объединенная смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность, целостность, завершенность и др.»⁴⁸. Текст является объектом изучения многих дисциплин, но именно в лингвистике он еще не получил четкого определения. Н. С. Валгина⁴⁹ отбрасывает такие определения, как «единица выше предложения» или «последовательность предложений», отмечая, что они не корректны, так как подчеркивают только структурные признаки рассматриваемого понятия.

В языкознании текст выступает в качестве словесного произведения, то есть знаковыми единицами в этом смысле выступают именно слова. В. Е. Чернявская⁵⁰ для определения рассматриваемого понятия на основе положений других лингвистов выделяет некоторые характеристики текста, без которых он не может существовать:

- всеобщие признаки текста – свойства, которые его существенно отличают как объекта анализа;
- типологические признаки, способствующие классификации текстов по определенным классам, видам, типам;

⁴⁷ Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров: человек — текст — семиосфера — история. М.: Языки русской культуры, 1996.

⁴⁸ Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. С. 528.

⁴⁹ Валгина Н. С. Теория текста: учебное пособие. М.: Логос, 2003. С. 14.

⁵⁰ Чернявская В. Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. С. 18.

– индивидуальные характеристики как показатель уникальности своеобразия текстового произведения.

Е. А. Гончарова и И. П. Шишкина⁵¹ в своей книге отмечают, что текст представляет собой относительно его создателя завершенную, но в интенциональном плане открытую для различных интерпретаций линейную последовательность языковых знаков, которые выражаются графическим (письменно) или звуковым (устно) способом. При этом их семантико-смысловое взаимодействие создает единство композиции за счет тесных отношений между отдельными элементами этой структуры.

М. Н. Кожина дает более конкретное определение понятию текст. «Это последовательность вербальных (словесных) знаков, представляющая собой снятый момент языкотворческого процесса, зафиксированный в виде конкретного произведения в соответствии со стилистическими нормами данной разновидности языка: произведения, имеющего заголовок, завершенного по отношению к содержанию этого заголовка, состоящего из взаимообусловленных частей и обладающего целенаправленностью и прагматической установкой»⁵². Соответственно, вербальные элементы приобретают смысловую нагрузку только в контексте целого вербального текста. В этот момент текст из традиционного понятия перерастает в коммуникативное, которое именуют целым текстом. Именно он способен в полной мере выразить авторский замысел, так как подобный текст обладает смыслом, который отличен от общей совокупности значений отдельных языковых единиц, составляющих данный текст. По суждению В. В. Налимова⁵³, наличие в нем смысла является основанием для существования текста вообще. Д. С. Лихачев⁵⁴ писал, что именно смыслы

⁵¹ Приводится по: Там же. С. 19.

⁵² Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожиной. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. С. 528.

⁵³ Налимов В. В. Разбрасываю мысли. В пути и на перепутье. М.: Прогресс-Традиция, 2000.

⁵⁴ Лихачёв Д. С. Связь всех связей: о месте филологической науки в системе современных знаний // Литературное обозрение, № 1, 1979. С. 37.

преобразуют текст из простой знаковой системы в художественную систему. По утверждению Н. С. Валгиной⁵⁵, такие характеристики текста, как связность и цельность, действуя в единстве друг с другом, как раз и порождают этот смысл. Текст перестает быть исключительно лингвистическим явлением и становится феноменом культуры. Тексты, порождаемые средствами массовой информации, являются доказательным тому примером. Таким образом, иными словами, под вербаликой понимается вербальный текст, который представляет собой осмысленный набор языковых знаков, то есть имеющий в своей основе письменную речь. Вербальным текстом не обязательно может быть печатная статья в газете или интернет-СМИ, но и устная речь в радио- или телеэфире. Даже если выступление телерадиожурналиста не зафиксировано письменно, в своей основе оно имеет текст на письме.

Невербальный компонент как тип коммуникативного действия заключается во внесловесном взаимодействии, если пользоваться определением В. М. Березина⁵⁶. Другими словами, во внимании находится визуальная коммуникация. «Текст представляет собой объединенную по смыслу последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связанность и цельность»⁵⁷. С точки зрения семиотики, текст – это осмысленная цепочка любых знаков различных семиотических систем. Таким образом, в структуре текста находятся не только средства языковые, но и другие знаки. Одним из первых, кто отказался от узкого типичного понимания текста как речевого сообщения на одном языке, стал отечественный семиотик Ю. М. Лотман. Сам текст он воспринимал как знак: «Для любой семиотической системы знак (единство обозначающего и

⁵⁵ Валгина Н. С. Теория текста: учебное пособие. М.: Логос, 2003. С. 127.

⁵⁶ Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: РИП-Холдинг, 2003. С. 130.

⁵⁷ Валгина Н. С. Теория текста: учебное пособие. М.: Логос, 2003. С. 127.

обозначаемого), сочетаясь по законам синтагматики с другими знаками, образует текст»⁵⁸.

С позиций семиотики изобразительный знак не отличается от вербального: «... любое созданное непосредственно человеком изображение абстрактно, ибо оно обозначает выделенные отвлеченные человеком свойства объекта. В этой своей функции изображение не отличается от слова. Как слово, так и изображение могут выражать понятия разных уровней абстрактности»⁵⁹. Тем не менее изображение относительно слова отличается расплывчатостью и меньшей определенностью.

Современные средства массовой информации демонстрируют доказательство того, что текст как коммуникация не ограничивается только языковой составляющей. В большинстве своем в системе массмедиа имеет место сочетание вербального с невербальным компонентом, которые, сливаясь воедино, одновременно присутствуют в одном материале, имеют общую тему и единую смысловую структуру, а значит, являются одним цельным текстом. Такой текст, в котором взаимодействует вербалика и визуализация, по своему типу предстает как смешанный, или креолизованный. Это понятие в научный оборот ввели отечественные лингвисты и психолингвисты Ю. А. Сорокин и Е. Ф. Тарасов. «Креолизованные тексты – это тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)»⁶⁰. В обиходе ученых также термины гибридный текст, супер-текст, коммуникат и полимодальный вербально-визуальный текст. Но современные исследователи чаще используют понятие поликодового текста. Под ним А. Г. Сонин понимает текст, который построен на основе семиотически

⁵⁸ Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров: человек — текст — семиосфера — история. М.: Языки русской культуры, 1996. С. 63.

⁵⁹ Колеватов В. А. Социальная память и познание. М.: Мысль, 1984. С. 112

⁶⁰ Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука. 1990. С. 178.

гетерогенных составляющих – вербального текста в письменной или устной форме, визуального текста и других знаковых систем.

В. Е. Чернявская⁶¹ считает, что «поликодовый текст» наиболее точно и понятно отражает сущность гетерогенности текста, нежели другие вводимые универсалии. В основе термина лежит понятие кода, а точнее, кодов, которые комбинируют между собой в пространстве одного текста. Код – система условных обозначений, знаков, символов и правил их взаимодействия с целью передачи, обработки и хранения данных в наиболее понятном виде. С точки зрения немецкого семиотика Познера, текст – это как раз то, что закодировано. В смешанном типе текста в качестве кодов преимущественно выступают вербалика и визуализация. При этом они вместе создают особый феномен, в котором два компонента способствуют образованию единой структурной и смысловой цельности, которая обеспечивает эффективное прямое воздействие на аудиторию.

Таким образом, две семиотических системы – вербальная и визуальная – стали активно взаимодействовать друг с другом, или, скорее, проникать друг в друга, создавая тем самым единое смысловое информационное пространство.

Современное медиaprостранство полностью представляет собой поликодовый текст. Это явление оказывается наиболее типичным для научно-популярных изданий. Использование наряду с традиционными вербальными средствами подачи информации еще и невербальных обусловлено различными причинами, в том числе и психологической природой человека в восприятии данных. Р. О. Якобсон⁶² пишет, что наибольшая часть значимых знаковых систем ориентируется на понимание с помощью таких средств, как слух и зрение. При включении в материал голосовых характеристик информация усваивается на 38%, в то время как

⁶¹ Чернявская В. Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. С. 90.

⁶² Приводится по: Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров: человек — текст — семиосфера — история. М.: Языки русской культуры, 1996.

информация в письменном виде – только на 7%. Значительно больше способствует восприятию информации включение в текст визуальных элементов – до 55%. Именно поэтому наблюдается тенденция внедрения в типичную семиотическую систему – язык – других знаков в виде аудиальных и визуальных систем. Сама социальная коммуникация в настоящее время носит характер поликодности, и установившаяся ситуация в обществе является следствием приоритетного использования поликодовых текстов и в СМИ. Соответственно, и сами средства массовой коммуникации можно охарактеризовать как поликодовые. Если поликодовый текст – это текст, сообщение которого закодировано различными семиотическими средствами – вербальным и невербальным компонентами, представляющими собой структуру взаимозависимости друг от друга в содержательном и других планах, – то поликодовое издание можно определить как издание, содержание которого представляет собой поликодовый текст.

Так, визуальный код значительно повышает эффективность коммуникации, что наиболее актуально для СМИ, популяризирующих научное знание. «Визуальное восприятие – сложная синтезирующая деятельность, в результате которой за единицу времени сознанием перерабатывается больше информации, чем при интерпретации вербального текста»⁶³. Тем не менее визуальный код не обходится без вербального, но в тех или иных ситуациях вступает с ним в разные виды связи. Долгое время невербальный компонент находился на периферии относительного вербального текста, и только во второй половине XX века он превратился из вторичного, дополнительного источника в равноправную единицу структуры текста. Классификацию функционала предлагает В. Е. Чернявская в своей книге «Лингвистика текста. Поликодность»⁶⁴. Во-первых, визуальная составляющая может иметь дополнительную функцию по отношению к речи.

⁶³ Ариас А.-М. Поликодовый текст: теоретические и прикладные аспекты: учебное пособие. СПб.: Издательство СПбУУиЭ, 2015. С. 9.

⁶⁴ Чернявская В. Е. Лингвистика текста: поликодность, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.

В данном случае визуализация в журналистском материале играет декоративную, эстетическую роль при передаче сообщения. К этой функциональной категории относят и следующее назначение визуализации: когда изображение дублирует речь и тем самым усиливает ее информационный вес. Интегративными отношениями автор называет ситуации, когда невозможно отделить вербальную и визуальную составные части друг от друга.

Л. Бардин⁶⁵ предлагает четыре типа корреляции визуализации и речи в зависимости от характера передаваемой информации:

- 1) слово и изображение – денотативное сообщение, то есть коды выполняют информационную функцию;
- 2) изображение выступает в качестве денотативной информации, а слово является коннотативной информацией, или иллюстративной;
- 3) коннотативная информация передается посредством визуализации, а денотативная – с помощью вербалики;
- 4) оба кода являются передатчиком коннотативного сообщения – символическое сообщение.

Ю. А. Сорокин и Е. Ф. Тарасов⁶⁶ выделяют два вида отношений между вербальным и визуальным в поликодовом тексте. По их суждению, креолизация в тексте может быть частичной и полной. В первом случае вербальные и иконические, или изобразительные компоненты вступают между собой в такую связь, когда визуализация играет вспомогательную роль, а вербальная часть при этом реализуется независимо. Полная же креолизация характеризуется наибольшей степенью слияния двух семиотических элементов, когда устанавливается зависимость вербального ряда от изобразительного, и наоборот.

⁶⁵ Приводится по: Воробьева Е. В. К вопросу о взаимодействии вербальных и визуальных средств в креолизованном тексте // Известия ВГПУ. Волгоград, №10, 2009. С. 55.

⁶⁶ Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука. 1990. С. 182.

Так, визуальный компонент вступает в связь с речью на разных условиях. Так или иначе изображение влияет на особенности разработки вербальной составляющей текста. В том или ином типе периодического издания вербальные и визуальные единицы соотносятся в разной степени диалогичности. Предпочтение того или иного типа связи зависит от коммуникативного задания и функционального назначения гетерогенного текста в модели поликодового издания. Эти стандарты, свойственные определенному средству массовой информации, составляют его речевой облик и отражаются в речевой концепции издания.

1.3.1. Вербальная составляющая поликодового текста

Первое и долгое время единственное средство общения имело вид невербальной коммуникации. С развитием общества и его социализации основным видом взаимодействия стала словесная коммуникация посредством языка, а невербальная составляющая постепенно отошла на второй план и приобрела лишь дополнительную функцию. Но в эпоху постиндустриализации и масштабного технического прогресса визуальный компонент из периферии текста стал стремиться к его центру. Две семиотических системы – вербальная и визуальная – стали активно взаимодействовать друг с другом, или, скорее, проникать друг в друга, создавая тем самым единое смысловое информационное пространство.

Вербальный компонент как один из кодов креолизованного текста в семиотическом аспекте относится к знакам-символам. Классификация знаков Ч. С. Пирса⁶⁷, которая является наиболее приоритетной в научном знании, делит знаки на индексы, иконы и символы. Так, визуальный элемент составляет знаки-иконы, или иконические, а вербальный – знаки-символы. Например, фотография и другое изображение являют собой иконические

⁶⁷ Приводится по: Ариас. А.-М. Поликодовый текст: теоретические и прикладные аспекты: учебное пособие. СПб.: Издательство СПбУУиЭ, 2015. С. 12.

визуальные знаки, а само слово *фотография* – символические вербальные. «Знак обнаруживает в себе самое свойство, которыми должен обладать его объект как денотат, и в таком случае характеризующий знак является знаком иконическим, если это не так, характеризующий знак можно назвать символом»⁶⁸. Ч. У. Моррис⁶⁹ подразумевает под этим то, что иконические знаки представляют собой семиотизацию вещей, а символические – их вербализацию. Иными словами, символический знак обозначает предмет, а иконический – передает внешний облик данного предмета. Но при этом вербальные знаки в большинстве своем имеют установленное традиционное историческое значение, в то время как визуальные ориентируются на аналогию между знаком и означаемым объектом. Означивание – наделение языковой единицы определенным содержанием, которое характеризуется одним значением.

Из сказанного выше следует, что изображение по сравнению с вербальным знаком определяется как нечеткий, неопределенный, размытый элемент знаковой системы. Р. О. Якобсон⁷⁰ объясняет подобную ситуацию тем, что иконический знак как пространственная система не способна к формированию последовательной структуры дискретных единиц, как это делает вербальная система, которая создает иерархическую организацию этих единиц, каждая из которых характеризуется конвенциональным значением. Если вербальный текст строится из слов – отдельных единиц, – то для визуальной системы единственной единицей будет являться само законченное изображение. То есть исследователи приходят к тому, что иконические знаки отличаются от вербальных тем, что знак визуального текста как целое не способен к членению и не поддается правилам комбинирования.

Таким образом, система визуальных текстов не может сравниться с вербальной по правилам организации структуры семиотических единиц и

⁶⁸ Там же. С. 13.

⁶⁹ Там же.

⁷⁰ Там же. С. 14.

интерпретировании знаков. Визуализация не способна в полной мере осуществить информационную функцию, и она не настолько оказывается доступна для восприятия, по мнению Н. Б. Мечковской⁷¹. Данное обстоятельство доказывает преимущественные возможности вербалики относительно визуализации, несмотря на то что невербальный компонент поликодового текста является важным, тем не менее остается вторичным.

С экстралингвистической позиции взгляд на эту ситуацию отчасти иной. В средствах массовой информации масса примеров, когда визуальный компонент, напротив, выступает в качестве самостоятельного текста и является доминирующим в формировании смысловой структуры, а вербальный – выполняет дополняющую функцию. Ярким тому примером служит фотография с подписью или вовсе без нее, инфографика с некой долей вербального компонента. Но информационная графика на телевидении зачастую состоит не только из письменного вербального элемента, который представлен внутри визуального материала, но и устного, в основе которого лежит закадровый текст ведущего или корреспондента. Соответственно, можно говорить о тесном взаимодействии вербалики и инфографики для реализации авторской интенции. Так и целью данного исследования является определить значение их совместной работы в передаче смысла текста, ведь так или иначе эти оба кода находятся в зависимости друг от друга.

Итак, для реализации основной интенции в освещении информации в более доступной форме научно-популярные СМИ используют в своих материалах элементы поликодовости. Поликодовый текст включает в себя знаки различных семиотических систем, например, вербальной и визуальной. Привлечение инфографического материала как дополнение к вербальному тексту позволяет зрителю легко воспринять сложную информацию. При

⁷¹ Мечковская Н. Б. Семиотика. Язык. Природа. Культура: учебное пособие. 2-е изд., испр. М.: Издательский дом «Академия», 2007.

этом два компонента тесно взаимодействуют между собой и несут общий смысл, образуя единый полноценный текст.

При исследовании взаимодействия вербальных и визуальных компонентов поликодового текста стоит задача выявить знаковые различия соответствующих кодов и особенности референции между этими знаками и объектами действительности.

Языковой знак – это двусторонняя сущность означаемого и означающего. Означаемое – сообщение, которое несет в себе социально закрепленное значение, или содержательная сторона языкового знака. Означающее – это выражение означаемого сообщения. Отсюда следует, что действие иконических знаков основывается на подобии означающего и означаемого, а символические в лице вербалики устанавливают взаимоотношения между означаемым и означаемым.

Согласно концепции Н. Д. Арутюновой⁷², в предложении слово как наиболее конкретная единица языка стремится либо назвать (обозначить) предмет, либо сообщить о нем. Этим двум функциям языкового знака соответствуют два типа его значения: идентифицирующее и предикатное.

Идентифицирующие слова, или, по-другому, предметные слова, совпадают с полем восприятия адресатом действительности и позволяют ему правильно понять значение слова и всего сообщения. То есть подобные слова называют конкретный предмет, они осуществляют функцию знака для аудитории, который рождает в нем определенные представления об этом предмете. Идентифицирующие слова – это языковой знак, который во время коммуникации заменяет действительный предмет или класс предметов, о которых идет речь в передаваемой информации. «У огромного большинства языковых знаков означаемое, являющееся смысловой конфигурацией, задает бесконечное множество сущностей или фактов, которое называется денотатом знака»⁷³. То есть денотат – это то, что соответствующий знак

⁷² Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 2.

⁷³ Мельчук. И. А. Язык: от смысла к тексту. М.: Языки славянской культуры, 2012. С. 95.

обозначает, или образ предмета. Такие денотативные возможности имеют только слова с предметным значением, поэтому именно этот тип подвластен визуализации, так как подобные знаки имеют под собой реальный объект. Они прямо относятся к внеязыковой действительности и удовлетворяют логико-коммуникативному заданию идентификации предмета, как пишет Н. Д. Арутюнова⁷⁴.

Нагледен инфографический материал выпуска программы «Чудо техники» на НТВ от 11 октября 2015 года⁷⁵. Под знаком *обычный пассажирский самолет*, который заключен в словах ведущего, подразумевается множество пассажирских авиационных средств передвижения. Именно это значение и является денотатом языкового знака *самолет*, который поддается его переводу в визуальный код. Авторы телепрограммы изображают на экране пассажирский самолет и подписывают как А 300. Вербальный символ *самолет* внутри популярного текста является научным понятием или термином. При переходе в визуальную систему он апеллирует к здравому смыслу воспринимающего. Таким образом, визуализация позволяет перенести образ из научной сферы в бытовую, чего как раз и добивается научно-популярное издание – передать сложную информацию как можно проще.

Главной же задачей рассматриваемой инфографики является показать скорость его полета и сравнить со скоростью авиатранспорта прошлого века. Но знак *скорость* не имеет предметного значения, поэтому представить иконически его невозможно. В данном случае мы сталкиваемся со вторым типом значения – предикатным.

Предикаты нацелены на сообщение о конкретном предмете – денотате – и имеют абстрактное значение. «Для предикатов, несущих функцию сообщения, важна прежде всего способность обозначать, т. е. иметь социально закрепленное значение, обеспечивающее взаимопонимание

⁷⁴ Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 39.

⁷⁵ Приложение В.

участников коммуникации. Выступая в роли предиката, слово не получает денотативного наполнения. Оно имеет значение, но лишено референции, т. е. не служит знаковым заместителем предмета»⁷⁶. Предикатные слова – это знаки-понятия. Предикат указывает на свойства, признаки, состояния, действия и другие характеристики определенного предмета. Так, знак-предикат имеет признаковое и характеризующее значение, но не предметное. Если идентифицирующие слова выступают в качестве существительных и местоимений, то предикатные передают основную информацию в большинстве случаев с помощью прилагательных и глаголов.

Несмотря на данное предикату определение, некоторые его значения все же относятся к реалиям, что делает возможным и визуализацию предикатного типа языковых знаков. Например, это качественные прилагательные, которые называют цвет предмета. Одним из главных моментов визуализации в сюжете программы Сергея Малоземова 18 октября 2015 года⁷⁷ стало именно изображение предиката с этим значением. Темой инфографики явилась кожная болезнь псориаз, где авторы предприняли попытку показать разницу между здоровой и больной клетками кожи. «Это и образует сухие *красные* зудящие бляшки» – вербальный символ сопровождается визуальным знаком в виде клетки кожи, которая начинает окрашиваться в красный цвет снизу вверх, затем пигментация достигает внешней поверхности. Так, предикатный тип значения в форме прилагательного, обозначающего цвет, переносится на визуальный код.

В этом же примере встречается и предикат с другим значением, которое Н. Д. Арутюнова⁷⁸ называет незрительным. Это те значения, которые относятся к вкусовому, обонятельному и осязательному восприятию материи, или чувственному. Случается, что человек не способен объяснить вкус, боль и душевные чувства. Если для этих значений нет конкретных

⁷⁶ Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 4.

⁷⁷ Приложение А.

⁷⁸ Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 42.

вербальных соответствий, то невербально их изобразить тем более невозможно. Что и демонстрирует инфографический пример о псориазе, где вербальный символ *зудящие* так и остается вербальным, не находя отражения на экране. Соответствующую информацию зритель получает исключительно с помощью вербального текста. Тем не менее при этом вербальный код и без привлечения дополнительных средств способен вызвать реакцию зрителя, ведь чувственное понятие соотносится с опытом человека, а значит имеет под собой здравый смысл. Если для ученых значение зуда сводится к симптому того или иного физического отклонения, то для обывателя это неприятное раздражение на коже. Значит, для специалистов это термин, а для массового зрителя – то, что возможно в реальной жизни, в том числе и его жизни. Все предикатные значения ориентируются на человека и его зависимость от внешнего мира. Данной специфике четко соответствуют именно слова чувственного восприятия объектом действительности. Целью предиката является обозначить или оценить статические или динамические свойства предмета.

Вербальные знаки характеризуются своей динамичностью, которая состоит в том, что они допускают употребление то референтное, то нереферентное. Такие знаки, которых называют бифункциональными, способны и называть, и обозначать. Содержание последнего примера поликодового текста позволяет рассмотреть его и в этом отношении. Вербальный код *бляшки* имеет предметное значение, но располагается на позиции предиката. Вне зависимости от этого слово находит отражение в визуальном коде. В данном случае слово выступает как свойство, в частности как симптом болезни. Такую особенность семантической двойственности естественного языка многие логики называют ущербной. Но Н. Д. Арутюнова и некоторые другие исследователи сходятся в том, что это только расширяет возможности языка в коммуникативном и выразительном плане.

Практическое исследование показывает, что в содержании поликодового текста вербальный компонент преобладает над визуальным инфографическим. Причиной этого явления оказывается то, что естественный язык способен передавать не только слова с предметной семантикой, но и те понятия, которые не поддаются восприятию органами чувств человека, – те значения, которые не имеют референта. Это отличные от конкретной лексики компоненты с абстрактной семантикой, которые нельзя представить посредством визуализации. Так описывает подобные слова Л. И. Богданова: «У слов абстрактной лексики денотативный слой практически пуст, и представление их значений сводится к описанию сигнификативного значения этих слов, которое выявляется с помощью синонимического перифразирования, выделения отличительных признаков, анализа сочетаемости и т. п.»⁷⁹.

Поэтому вербальный код в поликодовом тексте зачастую остается в рамках вербалики. Например, в том же материале с псориазом демонстрируется подобная ситуация, связанная с предложением: *Почему клетки начинают так себя вести – для науки пока загадка*. Предикат имеет абстрактное значение, при этом не имеет отражения на экране. Значение *науки*, ни *загадки* воспринимающая аудитория перевести на объекты реальной действительности не способна. Эти слова остаются понятиями в рамках вербального кода, но определенное понимание значений данных лексем аудитория имеет. Визуальная семиотическая система не имеет такие коды символов, которые бы могли визуализировать абстрактные понятия. «Поэтому чем предметнее и конкретнее понятие, тем легче передать его визуально, и, наоборот, чем абстрактнее содержание со всей сложностью его

⁷⁹ Богданова Л. И. Стилистика русского языка и культура речи: Лексикология для речевых действий: учебное пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. С. 37.

системы образов, тем более внятно оно раскроется при вербальном выражении»⁸⁰.

1.3.2. Невербальный компонент научно-популярного поликодового издания

Одной из причин приобретения свойств поликодowości средствами массовой информации является бурное техническое развитие общества. В отличие от других средств коммуникации, которые на современном этапе стремятся все чаще освещать информацию разнородными способами, телевидение с самого начала своего существования представляло собой поликодовый канал распространения. Главным его преимуществом была и остается визуальная составляющая в качестве видеоряда. Тем не менее телевидение не остановилось в своем развитии и стало применять новые способы подачи информации, предлагаемые техническим прогрессом. Одним из таких средств оказалась инфографика, которая, появившись на ТВ, приобрела только новые возможности реализации в виде динамической инфографики. Это тенденция современных СМИ, значение и роль которой все возрастает.

Инфографика возникла еще до появления письменности, но само понятие инфографики начали использовать только в конце прошлого века. В широкое употребление термин вошел в европейских странах и Америке в конце 1980-х – начале 1990-х годах. В России его стали применять с 2000-х годов, когда материалы инфографики начали внедрять в свою работу многие специалисты разных областей. Тем не менее до сих пор общепринятого определения данному явлению не придумали. Под термином *инфографика* обычно понимается визуальное представление информации, данных и знаний. В качестве нее могут выступать таблицы, диаграммы, графики,

⁸⁰ Ариас А.-М. Поликодовый текст: теоретические и прикладные аспекты: учебное пособие. СПб.: Издательство СПбУУиЭ, 2015. С. 22.

карты, схемы – это самые простые формы проявления инфографики. В более сложном виде она представляет собой реконструкции событий, сочетание фотографий, текстовых блоков, схем, диаграмм и таблиц – то, что может участвовать в создании полноценного графического рассказа, как уточняет Т. В. Соловьева⁸¹.

«Инфографику определяют как визуализацию данных, цель которой – представить аудитории сложную информацию так, чтобы она могла быть быстро воспринята и легко понята»⁸².

Инфографика – это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и четко преподнести сложную информацию. Такое определение рассматриваемому понятию дает Интернет-энциклопедия Википедия на основе исследований М. Смикикласа. Сетевой глоссарий маркетинга и рекламы дает следующее определение инфографики: справочная иллюстрированная информация, представленная в виде диаграмм, таблиц и графиков.

Убедиться в достоверности определения можно благодаря анализу происхождения слова – оно говорит само за себя. Инфографика состоит из двух слов: *информация* и *графика*. Поэтому иначе инфографику можно называть информационной графикой. Н. А. Силанов пишет, что «под определение инфографики попадает все, что наглядно отражает соотношение цифровых и физических величин, организацию и строение чего-либо, соотношение предметов и фактов во времени и пространстве»⁸³. Определение автора достаточно наглядно и глубоко отражает истинную сущность такого явления, как инфографика.

⁸¹ Соловьева Т. В. Инфографика в медийном и учебном текстах // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. №57. Великий Новгород, НовГУ, 2010. С. 78.

⁸² Смикиклас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений. СПб.: Питер, 2014. С. 12.

⁸³ Силанов Н. А. Информационная графика в современной визуальной культуре // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. №3. М.: МГУ, 2010. С. 24.

Помимо широкого существует также и ряд более узких определений, выведенных в различных научных знаниях. Если первоначально инфографика была объектом только области изображения, графики и дизайна, то сейчас ею интересуются и другие сферы знаний. Так, исследователи инфографики в средствах массовой информации общие определения понятия считают недостаточными. Чтобы отличать информационную графику в СМИ от всей остальной, Я. В. Лайкова⁸⁴ предлагает использовать понятие *медиаинфографика*. Многие другие исследователи сходятся в том, что инфографику в средствах массовой коммуникации следует понимать как совершенно иное явление. Например, Е. А. Смирнова утверждает, что суть медиаинфографики выходит за рамки иллюстрирования. Автор определяет ее как «<...> синтетическую форму организации журналистского материала, сообщение, включающее в себя, во-первых, визуальные элементы, а во-вторых, тексты, эти визуальные элементы поясняющие»⁸⁵.

Длительное время инфографика не входила в поле зрения лингвистической науки, но постепенно языковеды приходят к пониманию, что вербальный компонент играет важную роль в формировании визуального элемента.

Инфографический компонент по своей структуре содержит вербальную и невербальную составляющую, что дает возможность относить его к типу креолизованных текстов. «Инфографика – это разновидность креолизованного текста, смысл которого заложен одновременно в двух плоскостях – вербальной и невербальной. И здесь визуализация имеет решающее значение: дизайнер использует те изобразительные компоненты,

⁸⁴ Лайкова Я. В. Инфографика в российских СМИ: периодизация и тренды развития. // Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова «Медиаскоп». №2. М.: МГУ, 2015. URL: www.mediascope.ru/node/1712 – 06.03.2016 г.

⁸⁵ Смирнова Е. А. Инфографика в системе журналистских жанров // Вестник ВолГУ. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. №11. Волгоград: ВолГУ, 2012. С. 93.

которые помогают правильной интерпретации текста (композиция, форма, цвет, шрифт и др.)»⁸⁶.

Итак, инфографика не исключает вербальный телевизионный язык, а дополняет его и вступает с ним во взаимодействие, представляя собой один из компонентов поликодового текста. Так, закадровый текст приобретает вместе с прежней ролью множество новых в становлении изобразительного языка.

А. Г. Кротова и А. Е. Басырова с целью обозначить лингвистический аспект явления инфографики предлагают использовать термин «инфографический текст» и понимать под ним «вид креолизованного текста, содержащий в себе вербальный и изобразительный компоненты, которые образуют одно целое, в совокупности отражают общую идею»⁸⁷. С ними сходится большинство других исследователей, которые подтверждают, что подобный текст в виде инфографики имеет все характеристики универсального текста и функции информативности и аналитичности. И. А. Гончар в своей статье «Несплошной текст: медийная видеограмма и ее лингвистический компонент»⁸⁸ выдвигает предложение считать инфографику частным случаем креолизации.

С все большим проникновением средств массовой информации в Интернет и улучшением технических возможностей инфографика в СМИ часто стала играть роль самостоятельного материала. По этой причине некоторые современные исследователи в своих работах стали признавать информационную графику отдельным жанром в журналистике. Например,

⁸⁶ Лайкова Я. В. Инфографика в СМИ разного типа // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. №4. М.: МГУ. 2014. С. 42.

⁸⁷ Кротова А. Г., Басырова А. Е. Инфографика как особый вид креолизованных текстов (лингвистический аспект) // И. А. Бодуэн де Куртенэ и мировая лингвистика: междунар. конф.: V Бодуэновские чтения: тр. и матер.: в 2 т. / Под общ. ред. К. Р. Галиуллина, Е. А. Горобец, Г. А. Николаева. Казань: Издательство КФУ, т. 2, 2015. С. 163.

⁸⁸ Гончар И. А. Несплошной текст: медийная видеограмма и ее лингвистический компонент // Динамика языковых и культурных процессов в современной России: Материалы IV Конгресса «РОПРЯЛ», проходящего в рамках I Педагогического форума «Русский язык в современной школе» (Сочи, 1-2 ноября 2014 года) / Редкол.: К. А. Рогова, Г. М. Васильева, Д. А. Щукина и др. Т. 1, СПб.: «РОПРЯЛ», 2014.

Н. А. Силанов⁸⁹ признает инфографику особым журналистским жанром и инструментом манипулятивного воздействия. А. А. Екимова тоже рассматривает инфографику и пытается выявить в ней признаки журналистского произведения. Е. А. Смирнова посвящает этому вопросу отдельную статью – «Инфографика в системе журналистских жанров»⁹⁰. Она выделяет инфографику в синтетический журналистский жанр по следующему признаку. Так или иначе предметом инфографики как жанра является какое-либо событие или совокупность событий. С традиционными информационными жанрами инфографику сближает также и то, что она должна отвечать на типичные вопросы: кто? что? где? когда? как? зачем? почему? Среди жанрообразующих факторов ключевыми в том числе являются, по мнению автора, «<...> символизация обозначаемого (способность передавать целостное содержание через систему визуальных образов), целостность текста и изображения (поскольку инфографика – жанр синтетический, представляющий собой единство текста и изображения), декодируемость составляющих (способность аудитории интерпретировать инфографику в соответствии с авторским замыслом) и игра (инфографика должна быть не только информативной, но и привлекательной, и, в конце концов, нескучной)»⁹¹. Такие материалы обычно выходят под своим заголовком и занимают большой объем. Инфографика как жанр является наиболее частым средством представления данных в Интернет-СМИ и периодической печати.

Так, единого подхода к определению инфографики не существует. В следующем исследовании она понимается как инфографический – поликодовый – текст, сочетающий вербалику в лице языковых средств и невербалику в качестве изобразительных.

⁸⁹ Силанов Н. А. Информационная графика в современной визуальной культуре // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. №3. М., МГУ, 2010.

⁹⁰ Смирнова Е. А. Инфографика в системе журналистских жанров // Вестник ВолГУ. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. №11. Волгоград, ВолГУ, 2012. С. 92-96.

⁹¹ Там же. С. 93

В данном случае инфографика представляет интерес именно как часть медийного текста и дополнение или замещение вербального компонента. Какую роль берут на себя тот и другой компоненты поликодового текста в передаче смысла информации – ключевой вопрос исследования.

Научно-популярный тип речи относительно недавно нашел отклик в ученом лингвистическом сообществе, поэтому в вопросе его стилистического статуса нет единого мнения. В данном разделе изложены популярные точки зрения среди стилистов, которые поделились на две части. Одни придерживаются того, что научно-популярный тип текста следует считать самостоятельным функциональным стилем, в то время как другие – признают его только подстилем общепризнанного научного стиля среди всего функционально-стилевого разнообразия. Тем не менее исследователи не сомневаются и сходятся в вопросе интенционального стиля научно-популярного текста.

Научно-популярный текст – это текст, излагающий научные сведения для неспециалиста в данной области знания и реализующий коммуникативную установку на удовлетворение познавательного интереса адресата. Изложение научно-популярного издания характеризуется доступностью и краткостью, что находит отражение в его речевой концепции. Структура поликодового текста, включающая в себя вербальный и визуальный компоненты, позволяет авторам добиться эффективной коммуникации с аудиторией. В следующей главе будет более подробно проанализирован вербально-визуальный текст эмпирического материала на предмет выявления функционального статуса семиотических кодов, участвующих в формировании смысла.

ГЛАВА 2. ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОДЕРЖАНИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ПОЛИКОДОВОГО ТЕКСТА

2.1. Концепция научно-популярной телепередачи «Чудо техники»

«Чудо техники» — телевизионная научно-популярная программа, которая рассказывает о новейших научных разработках, гаджетах и технологиях, способные поменять и уже меняющих жизнь людей. Команда программы испытывает на себе самые интересные и впечатляющие устройства, бытовые приборы, кухонную технику и средства передвижения, следит за последними достижениями медицины и новостями космоса.

«Чудо техники» — это доходчивый и интересный рассказ о новейших научных разработках. Это программа о том, как научные знания и современные технологии способны улучшить жизнь человека.

Научно-популярная телепередача производится с 2012 года компанией «СТЕРЕОВИЖН» («СТВ») по заказу телекомпании НТВ. «СТВ», руководителями которой являются Александр Максимов и Алексей Гелазония, занимается производством кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ. НТВ как общероссийский телеканал начал свое вещание в 1993 году.

Премьера «Чудо техники» состоялась 2 декабря 2012 года, и по настоящее время программа выходит в эфир канала каждое воскресенье в 11:00.

Целевая аудитория передачи – самый широкий круг телезрителей, – от школьников до людей пожилого возраста.

Основателем, автором и постоянным ведущим проекта «Чудо техники» на НТВ является Сергей Малозёмов. Сергей Малозёмов – репортер с медицинским образованием (Челябинская государственная медицинская академия). После основного учебного курса он закончил также интернатуру и ординатуру. Параллельно с учебой Сергей Малозёмов уделял внимание и

журналистике. Практика на челябинском радио и екатеринбургском телевидении в качестве ведущего новостей помогла Сергею Малоземову прийти к мысли, что его призвание – это корреспондентская работа, связанная с медициной. Пройдя курс обучения в Школе телевизионного мастерства Владимира Познера, Сергей Малоземов вскоре получил работу на НТВ. Он стал корреспондентом информационной программы «Сегодня» и специализировался на темах медицины, науки и современных технологий. В 2012 году Сергей Малоземов начал вести программу «Чудо техники» как человек с врачебным опытом и знаниями в области научных достижений. Вскоре журналист стал автором еще одного научно-популярного проекта на телевидении – научно-кулинарной программы о том, что вредно, а что полезно, «Еда живая и мертвая». «Бороться со стереотипами, не бояться идти против устоявшегося мнения и всегда равняться на серьезные научные исследования — вот правила, определившие успех и других его проектов — научных расследований и еженедельной программы “Чудо техники”»⁹².

Научно-популярная познавательная передача «Чудо техники» открывает для зрителей окно в мир современных научных достижений, гениальных открытий и важнейших исследований. Программа дает возможность узнать много нового о тех вещах, которые важны не только для ученых, но и для обычных людей. Новинки и открытия со всего мира создатели проекта подвергают тщательному анализу: демонстрируют их структуру благодаря компьютерной графике, испытывают на себе или приглашенных героях, проводят эксперименты в лабораториях, узнают мнения экспертов и передают точку зрения науки.

Вместе с ведущим «Чудо техники» Сергеем Малоземовым технические новшества обзоревают Ким Коршунов, Владимир Боровой, Александр Цыганков и Екатерина Кондратьева. Среди корреспондентов

⁹² О проекте / «Еда живая и мертвая». ООО «СТВ». URL: <https://eda.show/about/> – 26.02.2017 г.

программы Рамиль Мубинов, Светлана Роньжина, Гали Алеева, Наталья Трофимова и Роланда Казачакова-Чульдум.

Внешний образ ведущего в кадре из программы в программу остается неизменным – темные джинсы и светлая голубого цвета повседневная рубашка. Его голос всегда уверенный, заставляет зрителя сконцентрировать свое внимание на информации благодаря оправданным ударениям, паузам и темпу речи. Сергей Малоземов обладает приятным по звучанию и внушающим доверие голосом. Кроме студийных стендапов, телезритель слышит голос Сергея Малоземова также и при просмотре всех других сюжетов программы.

Структура и концепция программы на протяжении времени ее существования не менялись. Каждый выпуск передачи начинается с анонса тем, которые находят освещение в сюжетах текущей часовой программы (с учетом времени, отведенного на рекламу). Короткие анонсы тем можно увидеть и перед каждым выпуском рекламы, которые выходят во время передачи. «Чудо техники» завершается анонсированием следующего выпуска передачи. Видеорядом к анонсу служат отрывки из соответствующих сюжетов, которые сопровождает закадровый текст ведущего Сергея Малоземова. Следом за анонсом зритель видит заставку «Чудо техники», созданную с помощью компьютерной графики. Ведущий начинает программу в студии с подводки к первому ключевому сюжету. Студия из года в год остается прежней: большое вместительное пространство, широкие экраны, длинный диван, столы с треугольной столешницей. В зависимости от темы сюжета, к которому необходимо снять подводку, в студии могут появиться новые предметы и люди, например, гладильная доска, беговая дорожка и артисты с шоу мыльных пузырей. Исключением также могут стать некоторые сюжеты программы, когда ведущий для съемки подводки к сюжету выбирает не студию, а иную локацию, которая наиболее подходит для освещения той или иной темы.

Темой первого сюжета программы служит актуальный вопрос из области науки, медицины или техники, который перед обществом поставили ученые и изобретатели, или последнее достижение из области техники. Периодически передача начинается репортажем с той или иной прошедшей выставки технических новинок, где зрителям предлагают обзор новейших устройств: от мобильных телефонов и крупной бытовой техники до автомобилей. В том и другом случае сюжет включает в себя описание проблемы, вопроса или действия того или иного изобретения, мнение экспертов, изобретателей и пользователей, компьютерную графику, раскрывающую структуру, ход действия или отличие объекта исследования от его аналога.

Между сюжетами на протяжении всего часа программы «Чудо техники» ведущий Сергей Малоземов представляет пятерку научно-технологических новостей недели под рубрикой «Топ-5 новостей» – новостей из мира науки и технологий. Это еженедельный рейтинг того, что впечатлило создателей передачи больше всего. Первой зрители узнают новость из мира технологий, которая оказалась на пятой строчке, а в конце программы – новость, которой авторы присвоили первое место. Ведущий объявляет текущую строчку рейтинга, находясь в студии, а видеорядом к сообщению служат либо кадры роликов из Интернета, которые являются официальной видеопрезентацией нового устройства или открытия, либо постановочные кадры от авторов программы. Сюжеты рубрики в каждой программе имеют одно и то же музыкальное сопровождение.

Также структура программы «Чудо техники» включает в себя сюжет, который тоже представляет собой рейтинг: сравнение предметов по общему признаку и предназначению. Это топ удивительных и необычных вещей из мира технологий. Таким образом, общая характеристика предметов позволяет создать единый сюжет с одной подводкой. Благодаря системе рейтинга и рассмотрению каждого из аналогичных предметов сюжет, соответственно, делится на пять тем. Мини-сюжеты разделяются между

собой заставкой, иллюстрирующей порядковый номер объекта, либо в зависимости от темы указанием стоимости техники на экране. Ведущий рассказывает о технических возможностях устройства и отдает их на тестирование профессионалам, обывателям или обозревателям программы. В конце сюжета Сергей Малоземов подводит итоги: технические характеристики, качество, эффективность.

В новом сезоне в программе «Чудо техники» появились две постоянные рубрики: «Чудо-товары» и «Умелец недели». Каждую неделю обозреватели проекта проверяют громкие рекламные лозунги: выбирают три устройства и тестируют их, чтобы понять, правда ли происходит то чудо, которое обещают в рекламе. Авторы рубрики стараются повторить с каждым товаром то, что демонстрирует реклама, и четко следовать инструкции по использованию с целью доказать, соответствует ли то, о чем гласит реклама, действительности. Для этого в сюжете используют метод эксперимента и лабораторные исследования. Вместе с экспертами обозреватели выявляют реальные возможности того или иного продукта и приходят к выводу, стоит ли его приобретать и насколько он может быть эффективен для потребителя. Весомым аргументом на пути к цели становятся также отзывы в Интернете тех, кто уже является активным пользователем данного устройства. В конце исследования авторы присваивают виртуальную наклейку протестированному товару в зависимости от результатов теста: «Чудо товар» или «Не чудо».

Рубрика «Умелец недели» знакомит телезрителей с человеком, который придумал и создал новое изобретение или самостоятельно собрал и усовершенствовал устройство, которое уже известно и популярно среди пользователей. Это рубрика, по словам авторов программы, посвящена людям, которые создают чудеса своими руками. Сюжет начинается с подводки ведущего в студии, после чего следует заставка рубрики с ее названием, созданная с помощью компьютерной графики. Стилистика титров в сюжете рубрики отличается от общего стиля программы и создает эффект

того, что «Умелец недели» – это отдельная передача. Рубрика рассказывает об изобретателе и истории создания его устройства. Сюжет демонстрирует технические возможности изобретения и его преимущества по сравнению с аналогами. Нередко устройство требует более детального освещения, поэтому авторы прибегают к использованию инфографики.

Почти все сюжеты научно-популярной передачи содержат видеоинфографику, которая призвана рассказать просто о сложных явлениях. Художниками компьютерной графики в программе «Чудо техники» являются Илья Гладкий и Кирилл Гладкий. Чаще всего авторы прибегают к инфографике такого типа, как сравнение и структура. Компьютерная графика также присутствует в заставке программы и ее рубрики «Умелец недели». Инфографика появляется на экране не только в формате автономного ролика, но и зачастую накладывается на видеоряд. В таком виде инфографика служит для указания размеров и других числовых характеристик того или иного приспособления.

Видеоряд программы «Чудо техники» состоит как из документальных кадров, так и в большей части постановочных. В исключительных сюжетах съемка стендапа ведущего заменяется на самостоятельную запись Сергеем Малоземовым с помощью передней камеры его мобильного телефона.

Структура и концепция анализируемой программы на протяжении ее существования остается неизменной и соответствует типологии издания.

2.2. Стилистическая характеристика вербального компонента поликодового текста

Современное общество отражает тот факт, что визуальный знак стремится выйти на лидирующие позиции относительно вербального знака. Однако, как выяснилось, только благодаря общему взаимодействию эти два компонента способны прийти к достижению цели. Исходя из этого, чтобы

решить главную задачу данного исследования, мы рассмотрим оба компонента поликодового текста в совокупности. Далее предстоит определить, какую роль берет на себя каждый из знаков в образовании единого смысла текста.

В силу типа канала распространения телевизионный ролик представляет собой коллаборацию вербальных и невербальных знаков. Их взаимодействие порождает контекст, который формирует смысл текста. Контекст поликодового образования в зависимости от канала СМИ включает в себя изображение, тип и размер шрифта, средство передачи текста, жесты, выражение лица, ситуацию, интертекст, специфику языка, дизайнерские решения, способ членения текста, пространственное расположение визуальных элементов и другое.

Телевизионный ролик использует вербальные и невербальные средства коммуникации, где, кроме того, роль передатчика смысла текста берут на себя также интонация, мелодика, пауза, ударение и другие специальные выразительные средства, характерные для экранного канала коммуникации.

В ходе исследования проанализировано 137 выпусков программы, каждый из которых включает в себя по 2-3 инфографических ролика. Анализ содержания поликодового телевизионного научно-популярного текста будет продемонстрирован на видеоинфографике передачи «Чудо техники» из сюжета выпуска от 18 октября 2015 года «Звездная болезнь: почему медицина до сих пор не может победить псориаз?». Авторы ставят перед собой цель объяснить причину болезни псориаз и возникновения поражающих образований на коже человека. Поэтому в основе инфографики лежит принцип сравнения – сравнения здоровой кожи и кожи с псориазом. Демонстрация в кадре исключительно двух людей, здорового и больного, оказалась бы недостаточной, чтобы добиться ключевой цели сюжета. Для того чтобы показать процесс изменения поверхности кожи во время псориаза и причину образования болезненных бляшек на теле человека, возникает необходимость показать внутренние процессы организма, что невозможно

сделать при съемке в бытовых и даже лабораторных условиях авторам программы. В качестве выхода из сложившейся ситуации редакция телепередачи прибегает к применению инфографики, которая позволяет схематично изобразить научную информацию и усилить эффект коммуникации.

Видеоинфографика представляет собой визуальный код, воплощенный с помощью компьютерной графики, сопровождающий его устный вербальный текст и музыкальный ряд. Анализируемая инфографика состоит из семи кадров. Если обратиться к расшифровке первого кадра, вербальной и невербальной части, то уже с первого взгляда приходит понимание того, что визуальный ряд в виде вербального знака занимает намного больше объема и предполагает гораздо больше времени на понимание и осмысление информации, чем картинка – то, чего зритель видит на экране телевизора. Более того, чтобы воспроизвести то, что представлено вербально, требуется приложить определенные усилия, а в некоторых случаях это и вовсе становится невозможным. Именно по этой причине данная информация отображается в визуальном виде.

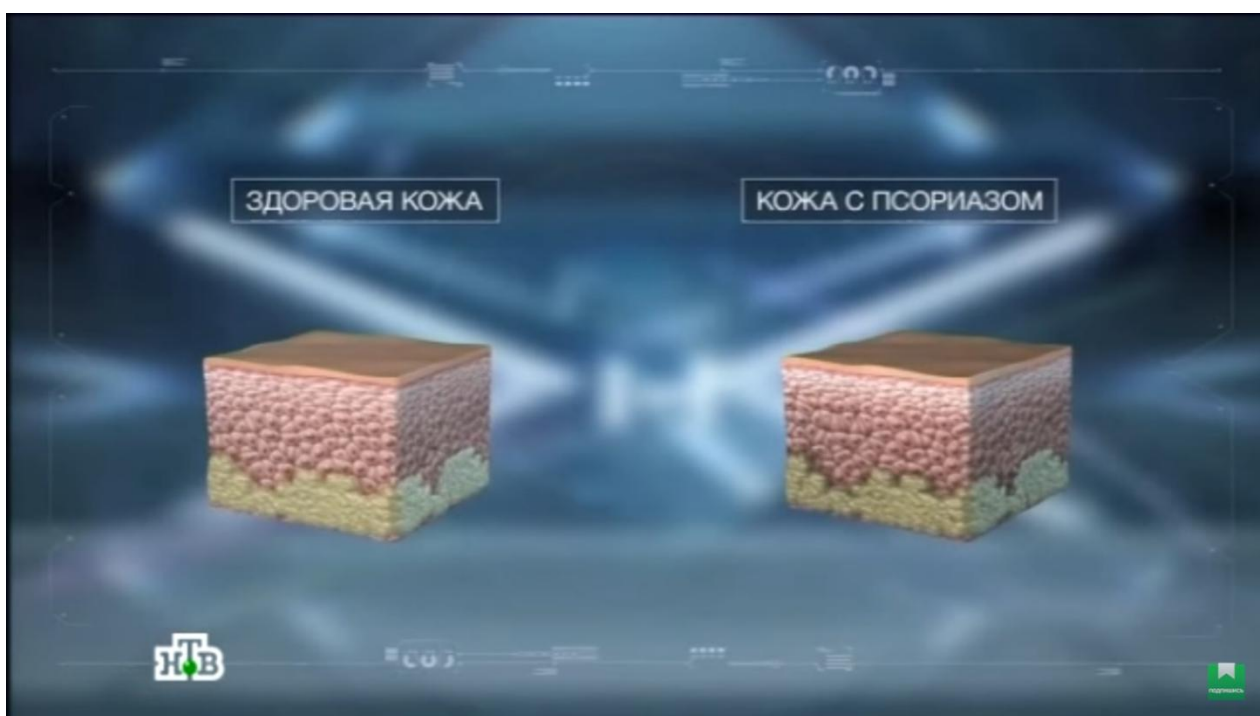


Рисунок 2.1.

Вербальный звуковой ряд	Визуальный ряд
<p>по какой-то причине/ вроде того как при раке/ только не так сильно/ нарушается жизненный цикл клеток кожи//</p>	<p>В левой половине экрана следующее изображение: вокруг своей оси вращается куб, представляющий собой модель участка кожи, над которым располагается подпись «здоровая кожа».</p> <p>Кожа на срезе представляет собой несколько слоев:</p> <ul style="list-style-type: none"> – самый нижний желтого цвета имеет нечеткую, хаотичную границу, которая отделяет его от следующего слоя; – средний слой нежно розового оттенка занимает самую большую часть куба, состоит из мелких ячеек округлой формы, размер которых уменьшается ближе к верхнему слою. Более крупные ячейки, расположенные внизу, имеют в центре небольшое ядро темно-коричневого цвета. Все ячейки слоя движутся по направлению вверх; – верхний слой окрашен в цвет светлой кожи человека, имеет неровную поверхность и относительно четкую границу со средним слоем; <p>В правой части экрана появляется вторая модель, которая состоит из аналогичных слоев:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нижний слой имеет более темный желтый цвет; – нижние ячейки среднего слоя имеют более темный цвет, почти красный; – поверхность верхнего слоя имеет едва отличимый от левого темный оттенок.

Таблица 2.1.

Вербальный звуковой ряд, устная речь ведущего за кадром, передает именно то содержание, которое аудитория не наблюдает в визуальном плане и которое невозможно перевести в невербальный знак: *по какой-то причине вроде того как при раке, только не так сильно*. Каждое слово из этой фразы имеет непредметное значение, которое не позволяет произвести кодирование их в визуальную знаковую систему. Кроме того, в ряду слов с отвлеченным значением фигурирует и слово научной медицинской терминологии – рак. Оно так же остается в вербальной кодификации и не находит воплощения в визуальной. Продолжение рассматриваемой фразы тоже носит характер абстрактного значения и относится к понятиям научного дискурса: *нарушается жизненный цикл клеток кожи*. Единственное предметное на себе значение носит номинация *кожа*, так как именно с этим значением человек, зритель, сталкивается постоянно. По этой причине на экране появляется соответствующее изображение.

Аналогичный пример поликодового текста представлен в сюжете «Нарушители инструкций: делаем с техникой то, чего нельзя, и смотрим, что будет» из выпуска программы от 1 ноября 2015 года⁹³. Инфографика тоже имеет форму сравнения – действие машинных и ручных средств для мытья посуды. Согласно расшифрованному материалу, изображение первого кадра дает больше информации, нежели вербальная часть, которая его сопровождает. Однако в случае же предоставления визуальной информации в виде вербалики объем сюжета значительно бы увеличился, как и время зрителей на понимание смысла текста. Уже в следующем же кадре наблюдается пример того, когда визуализация демонстрирует недостаточность средств и ограниченность своих возможностей, чтобы изобразить некоторую лексику. Это слова с непредметным значением, которые не поддаются шифрованию в визуальной системе. За кадром зритель слышит словосочетание *при помощи ферментов*, но не наблюдает воплощения на экране. Причиной тому является именно использование

⁹³ Приложение Б.

средств с абстрактной семантикой. Более того, анализируемое слово *ферменты* относится к научному дискурсу, что становится еще одним препятствием на пути к его визуализации, аналогично предыдущему рассматриваемому примеру. Таким образом, анализ еще одного поликодового текста подтверждает теорию о том, что слова с непредметными значениями сохраняют свое существование в вербальной кодовой системе.

Возвращаясь к анализу основного текста, стоит изложить особенности визуальной семиотической системы внутри поликодового комплекса. Авторы программы изображают два вида кожи – здоровую и больную. Однако о внутренних слоях, из которых состоит кожный покров человека, зритель узнает исключительно из инфографики. В этом и состоит ее смысл – чтобы наглядно донести сложную информацию и упростить восприятие данных. *Жизненный цикл клеток* с непредметным значением находит отражение в инфографике в виде анимации изображения кожного покрова. Составляющие инфографики представляют собой знаки, которые передают зрителю чувственно воспринимаемый мир. Стоит отметить, что в научной терминологии каждый из изображенных слоев кожи имеет свое наименование. Однако создатели сюжета предпочли опустить эту информацию как в вербальном, так и в визуальном ряде, в пользу схематичного изображения структуры кожи, что упрощает коммуникацию и делает научную информацию доступной. Только благодаря инфографике зритель знакомится с процессом обновления кожи человека, получает представление о внутреннем его составе, цвете каждого слоя. Именно картинка позволяет аудитории перевести данные на реальную жизнь, на свой личный опыт, а значит, получить максимальные знания из сюжета и лучше усвоить материал.

Вместе с тем визуализация не способна передать значение слов с непредметным значением, поэтому эта информация заложена исключительно в вербальном знаке поликодового текста. При этом обе составляющие образуют единый текст и в полном объеме доносят до зрителя информацию,

где визуальная семиотическая система передает предметный, чувственно воспринимаемый мир, а словесная – сферу абстрактных понятий.

Следующий кадр видеоинфографики демонстрирует зрителю движение

они выходят на поверхность незрелыми/	Над кубом с правой стороны появляется подпись «кожа с псориазом». Ячейки среднего слоя в том и другом кубе начинают двигаться вверх. При этом движение ячеек в модели «кожа с псориазом» более активное, чем в «здоровой коже». Ячейки приобретают еще более темный цвет, почти красный (Рисунок 2.1.).
---------------------------------------	---

Таблица 2.2

клеток, которое в коже больного человека происходит наиболее активно.

Опять же это тот знак, который передает аудитории ее реальный мир и позволяет ощутить на себе данный процесс. Авторы на экран выводят то, что способно затронуть чувства человека и его ощущения. Так нельзя сказать, если обратиться к вербальному сопровождению видеокadra: *они выходят на поверхность незрелыми*. Эта информация не отсылает человека к его жизненному опыту в отличие от визуализации. Прибегнув исключительно к словесной передаче информации, авторы бы затратили значительно больше эфирного времени, чтобы донести ту же информацию, которую передали с помощью визуализации. Это позволяет сэкономить и время телезрителя на восприятие данных, и его умственные затраты на понимание.

За кадром ведущий говорит о том, что клетки больного псориазом выходят на поверхность *незрелыми*, однако это слово имеет непредметное значение, поэтому оно не находит отражения на экране. Незрелость клеток проявляется в видеоинфографике иначе. Эффективная коммуникация достигается за счет использованной в ней техники сравнения – моделей здоровой и больной кожи. Именно на контрасте у зрителя усиливается эффект чувственного восприятия. Клетки больной кожи делятся быстрее, как

это видно из визуализации, нежели клетки здорового человека. Этот процесс ведущий напрямую не описывает в вербальном тексте, однако именно словесная часть материала дает характеристику изображенному процессу – выходу на поверхность именно незрелых клеток. Благодаря вербалике текста зритель узнает о свойстве клеток, которые в это время видит на экране. Информация не дублируется, но дополняет друг друга, тем самым в полной мере передавая смысл всего текста в целом.

По мнению ведущего специалиста по инфографике и визуализации в России Андрея Скворцова⁹⁴, инфографика приобретает смысл, когда в ней присутствует сравнение, которое и пробуждает внимание и концентрацию аудитории и способствует глубокому пониманию сведений. Это еще раз убеждает в том, что подобная информация в словесном ряде заняла бы довольно большой объем и служила бы, скорее, препятствием к восприятию. Но в данном случае визуальная и вербальная знаковые системы берут на себя разные обязанности, решая одну задачу и образуя единый завершённый текст и общий смысл.

Тем не менее сказать, что изображение на экране соответствует всем научным канонам, нельзя. Если обратиться к иллюстрациям медицинской энциклопедии, то строение кожного покрова человека будет представлено в более объемном виде: волосяной покров, волосяные луковицы, множество сосудов и др. На экране в составе модели кожи исследуемой инфографики зритель этого не видит, однако видит то, что актуально непосредственно в данный момент, когда за кадром речь идет о болезни псориаз. Этот факт свидетельствует о содержании оценочных и субъективно-модальных значений в визуальной части поликодового образования, представляющих сферу автора в тексте. Телезритель наблюдает несколько схематичных кожных слоев и клетки, которые находятся в движении, образуя новые клетки. Акцент в визуализации создатели делают именно на клетках и

⁹⁴ Увидел и понял. Инфографика с Андреем Скворцовым. 2012. URL: http://www.youtube.com/watch?v=IJa-gF11_M4 – 28. 02. 2015 г.

поверхности кожи, что подтверждает расшифровка текста и анализ ниже. Таким образом, аудитория концентрирует свое внимание именно на тех составляющих, которые имеют значение в контексте всего сюжета. Это опять же позволяет зрителю абстрагироваться от лишней информации и быстрее усвоить именно те данные, которые лежат в основе целеустановки этого материала. Данное обстоятельство очередной раз доказывает то, что визуальное содержание играет большую роль в формировании смысла текста.

В следующем кадре на экране телевизора вербальная и визуальная части поликодового текста дублируются, так как инфографика включает

в возрасте	Более мелким шрифтом – между двумя моделями кожи – появляется подпись «возраст клеток».
------------	---

Таблица 2.3.

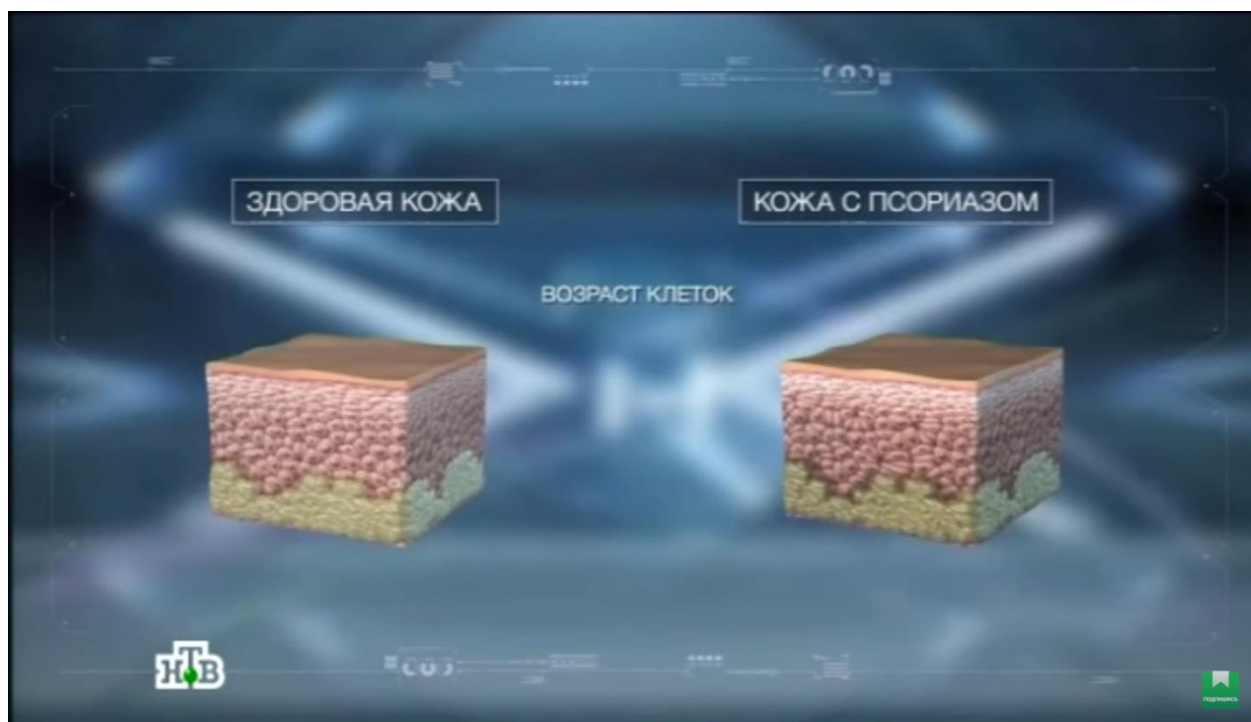


Рисунок 2.2.

непосредственно словесный текст в виде модуля между двумя моделями

кожи. В данном случае вновь происходит столкновение со словом, имеющим непредметное значение. Именно по этой причине зритель слышит его за кадром и видит на экране в словесной форме. Однако акцент на этом знаке в разных семиотических системах производится различными способами. В устном вербальном канале это происходит за счет интонации ведущего Сергея Малоземова, также большую роль играет тембр, темп и громкость его голоса. В интонации ведущего чувствуется настороженность и опасность, которая соответствует контексту, ведь речь идет о причине заболевания – о том, ради чего и создавалась инфографика. Громкость своего голоса в этом кадре Сергей Малоземов снижает относительно текста, произносимого выше. Тем самым на какое-то мгновение создается ощущение интриги, таинственности, загадки, которая вот-вот раскроется. Это тот пример, когда ответ за чувства зрителя берет на себя устная часть поликодового текста.

Визуальная словесная часть в данном случае работает иначе. Внимание на себе фраза концентрирует в силу динамического канала распространения благодаря анимации. Е. Е. Анисимова⁹⁵ наделяет подпись подобного плана вспомогательной функцией. Так, подпись играет роль функционально особо емкого компонента, который отвечает за идентификацию текста и его связь с основным текстом. Видеоформат средства массовой информации позволяет расставить определенные приоритеты в тексте в тот или иной промежуток времени. Телевизионный канал передачи позволяет подготовить зрителя к информации, сосредоточить его внимание на том или другом объекте, а также сделать процесс предоставления данных последовательным. Таким образом, авторы «Чудо техники» управляют вниманием телеаудитории, упрощая материал и передавая общий смысл в полном объеме.

Развивая тему подписей в инфографике, стоит для сравнения привести другой пример их использования. Если в сюжете о псориазе инфографика включает в себя вербальный код, то визуальная часть ролика о средствах для

⁹⁵ Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М., Издательский центр «Академия», 2003. С. 67.

мытья посуды его вовсе не использует⁹⁶. Над моделями кожи человека зритель видит соответствующие подписи – «кожа с псориазом» и «здоровая кожа». В подобном же примере со средствами для мытья, где также используется сравнительный тип инфографики, такие подписи отсутствуют. Так, информацию о том, в какой части экрана находится тот или иной тип средства, аудитория получает только из вербального кода поликодового текста. Возникает вопрос: по какой причине подписи используются в инфографике о псориазе. Дело в том, что при наблюдении за несколькими первыми кадрами разница между двумя объектами прослеживается не сразу в силу того, что визуализации подвергается такой тип данных, которые первоначально имеют одинаковую структуру. В свою очередь средства для мытья посуды изначально могут иметь различные внешние данные, по которым их можно расценить как противопоставленные друг другу. К тому же в инфографике, посвященной последствиям псориаза, с моделями кожи производится несколько операций: движение клеток, указание возраста, изменения во внешнем облике. Данная особенность содержания толкает создателей ролика на то, чтобы на протяжении всего ролика сохранить подписи на экране, напоминая о предмете речевого акта. Инфографика, подвергающая сравнению два типа моющих средств, является примером такого поликодового текста, где на вербальный и визуальные системы накладываются четкие обязанности, которые, взаимодействуя сообща, формируют единый смысл.

При всем этом обе семиотические системы находятся в сотрудничестве, когда принимают на себя определенные роли по достижению совместной цели – передаче смысла текста.

При исследовании инфографики становится важным то, какой тип информации в вербальном виде подвергается описанию изобразительному.

⁹⁶ Приложение Б.

И. А. Гончар⁹⁷ выделяет следующие актуальные базовые текстообразующие семантические типы предложений:

- 1) значимый объект и его абсолютная величина (размер, количество, объем);
- 2) значимый объект и изменение его величины во времени и пространстве;
- 3) значимый объект и его величина в сопоставлении с другим аналогичным объектом.

Некоторые элементы в визуальном коде представляют собой вербальный письменный элемент, который в случае материала телевизионного сопровождается устным текстом. Иными словами, изображение в большинстве случаев не способно закодировать вербальный текст, поэтому заимствует знаковую систему естественного текста для применения его в визуальном материале. Например, цифры, которые имеют значение определенной величины, как размер, количество или объем, которые выделяет И. А. Гончар. Специалисты из области дизайна считают количественную информацию основой для создания инфографики, и уверены, что цифры составляют все содержание визуализации. Цифры имеют конкретный точный характер, который необходимо сохранить, поэтому они переносятся с устного на письменный текст, но при этом сохраняют свою вербальную составляющую. Числовые данные сами по себе содержат не предметное значение, а абстрактное, которое закодировать иконически не предоставляется возможности.

В отличие от текстовой системы в устной форме, где основной единицей является слово, цифры на слух усваиваются зрительской аудиторией намного сложнее. Это одна из тех причин, которая позволяет перенести цифры в их естественном виде на экран.

⁹⁷ Гончар И. А. Вербализация инфографики: специфика текстообразования: (на материале видеogramм «Россия в цифрах») // Филологический класс, №2 (40), Екатеринбург, 2015. С. 63.

Свойство незрелости клеток больной кожи находит конкретику в следующем кадре инфографики. Зритель теперь узнает о возрасте клеток, в который они выходят на поверхность и при этом считаются незрелыми.

всего четырёх дней /	В центре, ближе к модели «кожа с псориазом», образуется круг красного цвета, заключающий в себе подпись «4 дня». От окружности отходит линия к пораженной клетке.
-----------------------------	---

Таблица 2.4.



Рисунок 2.3.

При обращении к устному вербальному ряду инфографического кадра становится ясным, что, как и в визуальной части кадра, здесь осуществляется акцентирование на анализируемой синтагме *четырёх дней*, однако другими средствами. В данном случае роль жестов и мимики, которые берут на себя часть дополнительной информации, выполняет интонация и другие голосовые характеристики. Интонацию относят к одной из семиотических систем, которая обладает богатыми выразительными возможностями,

поэтому невозможно проигнорировать этот немаловажный пункт при анализе поликодового текста как гетерогенного образования. «Загадка интонации в том, что в ней содержатся одновременно фундаментальные инвариантные черты этнического языка и вместе с тем тонкие индивидуальные, просто интимные особенности звучания речи конкретного человека, обусловленные всем его существом – полом, возрастом, психосоматикой вплоть до настроения и отношения к адресату и предмету речи»⁹⁸. Интонация членит речь на высказывания и синтагмы внутри этого высказывания. В одном только анализируемом коротком видеокadre можно заметить это интонационное деление. Интонема, принадлежащая синтагме *четырёх дней*, значительно отличается от интонирования во всем остальном тексте. Ведущий Сергей Малолеземов это словесное образование произносит с ударением и большим темпом. Его интонация характеризуется таким коммуникативным типом высказывания как восклицание. Все это не может не привлечь внимание зрителя, ведь именно в этом состоит задача авторов.

Более того, интонация способствует интегрированию двух семиотических систем поликодового текста – вербальной и визуальной. Варьирование интонации, и в особенности, использование интоном восклицательного типа помогает обратить внимание зрителя не только на устную информацию, но и визуальные данные. В случае если аудитория на время оторвала взгляд от экрана или вовсе отвлеклась, интонация содействует продолжению коммуникации между авторами программы и зрителями. Она позволяет сначала акцентировать внимание на устной части поликодового текста, а затем, как следствие, на визуальной знаковой системе. Очередное доказательство того, что внутри поликодового текста в активную кооперацию вступают все элементы, принимающие участие в коммуникативном процессе. Если в индивидуальной речи интонация является чуть ли не единственным способом выражения эмоций автора, то в

⁹⁸ Мечковская Н. Б. Семиотика. Язык. Природа. Культура: учебное пособие. 2-е изд., испр. М.: Издательский дом «Академия», 2007. С. 141.

поликодовом образовании она работает во взаимодействии с визуальными средствами актуализации информации. По мнению Н. Б. Мечковской⁹⁹, интонация действует даже сильнее слов, это то, что идет от души человека и выражает истинное отношение к предмету речи и собеседнику.

Продолжая исследование настоящего видеокadra, мы должны обратить внимание на то, что визуальная часть поликодового текста не в полной мере дублирует словесную знаковую систему, потому что этот процесс кодификации является невозможным. Слово *всего* относится к сфере абстрактных значений и не имеет денотата, то есть воплощения в реальной жизни, сфере чувственно-воспринимаемого предметного мира. Это проявление авторской субъективной модальности, так называемого авторского «я», которое не находит воплощения в визуальном знаковом отношении. В данном случае аудитория сталкивается выражением «я» автора в речевой структуре текста, внутри устного вербального ряда, и имеет возможность наблюдать за его отношением к производимой информации. *Всего* употребляется в анализируемом ролике в значении *только, лишь, не более*.

Стоит очередной раз подчеркнуть, что слова с непредметным значением, коим является в том числе вышеописанное, не имеют возможности быть переведенными в невербальную систему знаков, которая является для них неестественной средой существования. Функционирование подобного рода языковых значений достигает максимального эффекта внутри именно вербальной системы. В рамках устной коммуникации авторское «я» усиливается благодаря невербальным характеристикам, которые выражаются свойствами голоса ведущего за кадром. Например, автор сюжета Сергей Малоземов после слова *всего* делает небольшую паузу, наделяя и подчеркивая тем самым его смысловое и функциональное значение в данной фразе. Паузация имеет то же самое действие акцентуации, однако

⁹⁹ Там же.

рассчитывает на этот эффект при производстве уже последующего словосочетания, которым в данном случае является *четырёх дней*.

Схема анализа следующего кадра инфографики тождественна схеме анализа предыдущего аналогичного кадра. Но теперь телезритель получает намного больше информации, которая предоставляет ему почву для

а/не/двадцати/восьми/дней/как/по ложено//	Справа от красного появляется голубой круг – «28 дней» – и соединяется линией со здоровой клеткой.
--	--

Таблица 2.5.

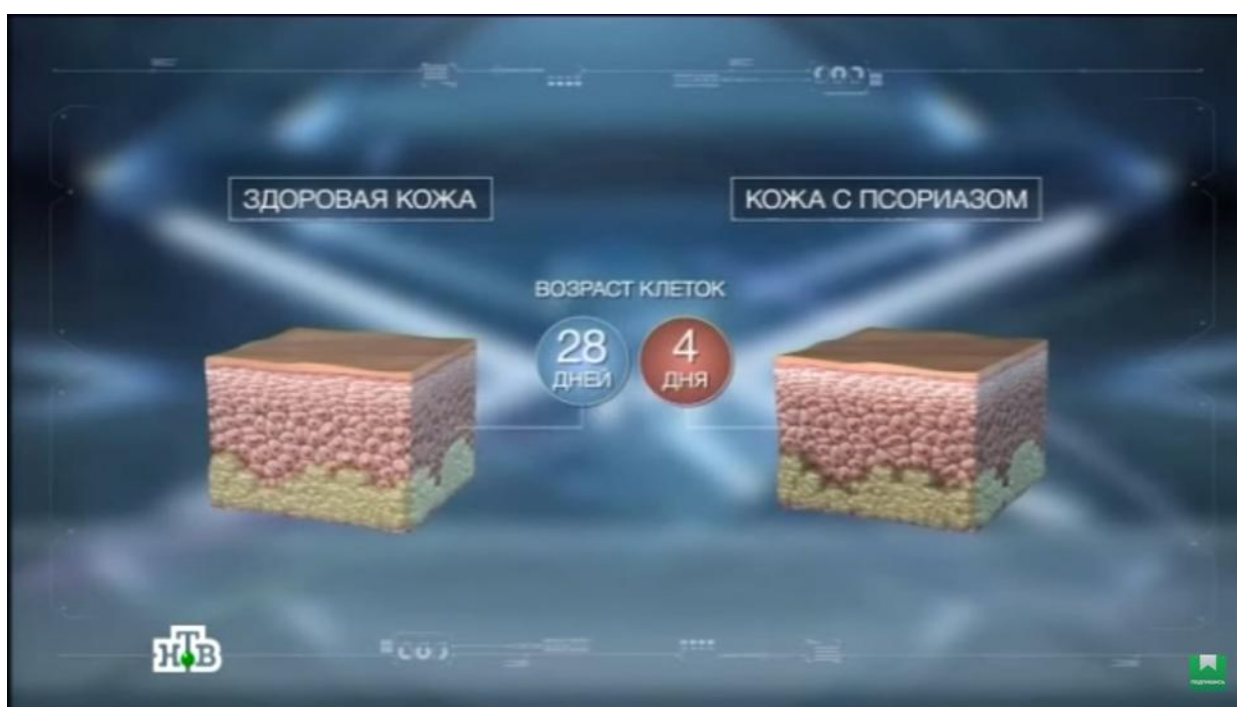


Рисунок 2.3

сравнения. Новый динамический кадр предстает перед аудиторией, которая только что получила данные о больной клетке, возраст которой равен четырем дням, и задалась вопросом о том, почему это маленький срок и сколько необходимо для развития клетки для благоприятного стечения

обстоятельств. Ответ на эти вопросы человек получает при наблюдении следующего видеоряда.

По правую сторону от модели больной кожи и указателя возраста ее клеток появляется характеристика здоровой кожи, выраженная так же в цифровой форме. Теперь зритель видит на экране две цифры и имеет возможность сравнить эту пару значений. Цифры со значением времени располагаются внутри графического материала без визуального решения, лишь обрамленные окружностью разного цвета. Зритель одновременно и видит, и прочитывает: *28 дней* – количество, соответствующее норме, – и *4 дня* – ей противоречащее. Данный пример иллюстрирует второй семантический тип предложения, выделенный И. А. Гончар¹⁰⁰, так как здесь зритель наблюдает изменения объекта во времени. Объект – клетка кожи – остается здоровой, если развивается за двадцать восемь дней, и покрывается болезненными бляшками, когда выходит на поверхность незрелой в возрасте 4 дней. Именно эту информацию зритель получает, когда потребляет продукт взаимодействия всех составляющих поликодового текста.

Третий тип, который представлен в типологии И. А. Гончар, тоже встречается в научно-популярной программе «Чудо техники». Например, к данной классификации относится инфографика к сюжету «В Австралию за полтора часа: новые проекты в области сверхзвуковых перелетов», которая сравнивает скорость полета разных самолетов¹⁰¹. Сопоставлению подвергаются три вида авиасредств: обычный самолет, советский и франко-британский конкорд. На экране последовательно появляются три горизонтальные шкалы, каждая из которых заполняется цветом до определенного значения, которое соответствует скорости того или иного транспорта. В то же время на шкалах указывается точная скорость каждого самолета. При этом вербальная часть также представлена информацией с

¹⁰⁰ Гончар И. А. Вербализация инфографики: специфика текстообразования: (на материале видеogramм «Россия в цифрах») // Филологический класс, №2 (40), Екатеринбург, 2015. С. 63.

¹⁰¹ Приложение В.

конкретными цифрами, которые дублируются в визуализации. Однако при озвучивании скорости обычного самолета ведущий называет числовой интервал *восемьсот-девятьсот*, в то время как на иллюстрации фиксируется только конечная цифра – *900*. В отличие от основного анализируемого текста, где представлены небольшие величины, в данном рассматриваемом случае речь идет о количественных данных с большим значением, поэтому в рамках именно визуальной части поликодового текста их роль возрастает. Рассматриваемая инфографика доказывает, что сложность восприятия величин возрастает с увеличением их значения, а также в случае, если цифры представлены исключительно вербальной знаковой системой в устном формате. Авторы программы избегают возникновения трудностей коммуникации со своей аудиторией и используют все возможности экранного типа средств массовой информации и технического прогресса.

Согласно расшифровке и характеристике инфографики, данной выше, цифры в ролике со сравнением скоростей не просто отображаются на экране – они визуализированы. Таким образом, благодаря разнице в показателях шкал зрителю становится доступной информация о возможностях того или иного вида самолета. Аудитория одновременно видит на экране все числовые данные, что способствует моментальному считыванию информации и формированию выводов. Таким образом, разница между скоростью транспортных средств доходит до зрителя только посредством инфографики. Итак, можно заключить: выводы, следующие из сложных цифр, доступны зрителю только в виде инфографического текста. Как говорит М. Смикиклас, автор книги «Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений»¹⁰², инфографика делает очевидными заключения, которые нечетко видны или вовсе невозможно выявить, если используются одни лишь цифры. Разница и в частности разница величин, поданная исключительно в вербальном виде, доставляет зрителю определенные трудности в понимании,

¹⁰² Смикиклас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений. СПб.: Питер, 2014.

требует задействования глубокого мыслительного процесса, на что также уходит значительное количество времени. В свою очередь инфографика быстрее, доступнее и понятнее передает смысл информации и помогает авторам в полной мере воплотить интенцию познавательного сюжета.

Как выяснилось ранее, зрительная память человека развита намного лучше. Поэтому авторы инфографики именно этим и стараются воспользоваться, реализуя целеустановку передать ту или иную информацию, в частности научную и количественную. Визуализация трансформирует научные абстрактные данные в предметы, в обыденную жизнь человека, которая ему наиболее знакома и понятна. А задача инфографики и состоит в том, чтобы сделать содержание текста максимально ясным. Компьютерная графика, таким образом, в частном случае помогает реализовать главную интенцию научно-популярного функционального стиля в широком смысле.

Объектом внимания вновь становится инфографический ролик о псориазе. В очередной раз компьютерная графика демонстрирует свою невозможность перенести значение слов с субъективно-модальными значениями в свою визуальную среду. В настоящем случае зрители становятся свидетелями этого, когда за кадром слышат от ведущего *как положено*. Синтагма представляет лицо автора в поликодовом тексте и как слово с непредметным значением не находит отражения в визуализации. Экспрессия, которую есть возможность наблюдать в устном тексте, в невербальной зоне гетерогенного образования достигается иными – параязыковыми – средствами. Именно круглый модуль голубого цвета, который сопровождает синтагму *как положено*, соответствует значению вербального текста. Семантика этих двух средств выражения данных соприкасается между собой и, проникая друг в друга, следует достижению общей цели. Так же как в компьютерной графике сюжета противопоставлены красный и голубой цвета, в вербалике противопоставляются две лексемы с авторской модальностью – *всего* и *как положено*.

Голос автора слышен и в начале фразы, которая сопровождает анализируемый визуальный ряд, – *а не*. Акцентуатор, выраженный сопоставительным союзом и частицей, опять же не находит отражения в визуальной семиотической системе. Изображение ограничено в своих возможностях выражать логические связи, например, утверждения или отрицания, как в данном примере. В том числе визуализации неподвластны восклицание, вопрос, требования и другие виды речевых действий.

Любопытно отметить, что тип текста в визуальной части и вербальной разнятся. Если инфографика от начала и до конца строится по принципу сравнения данных, то в вербальной части, сопровождающей иллюстративную, сравнение встречается только единожды – именно в текущем анализируемом кадре, когда возрасту клеток больной кожи противопоставляется возраст здоровых – двадцать восемь дней. В остальном же устном тексте ведущий программы Сергей Малоземов говорит исключительно о характеристиках кожи человека, больного псориазом. Осуществляется экономия времени и пространства за счет языковых средств. Эту функцию сравнительного анализа на себя берет инфографика, когда от первого кадра и до последнего использует такой визуальный тип предоставления информации как сравнение. Андрей Скворцов¹⁰³, директор крупнейшей в России студии видеоинфографики, смысл инфографики как раз и видит в отображении развития события, алгоритма поведения или в сравнении, как в данном случае. Специалист утверждает, что благодаря сравнению рождается тот конфликт, который интересует зрителя.

Еще одна причина того, что авторы исключают сравнение из вербальной части и оставляют это право для сравнения за визуальным рядом поликодового текста, кроется в следующем. Дело в том, что этот тип передачи данных наиболее эффективно работает именно в невербальной кодификации, а также, поддерживая одну из главных интенций

¹⁰³ Увидел и понял. Инфографика с Андреем Скворцовым. 2012. URL: http://www.youtube.com/watch?v=IJa-gF1l_M4 – 28. 02. 2015 г.

поликодовости, экономит время аудитории. Если предположить, что устная словесная система уникальна и работает автономно, то сравнение опять же оказалось бы неуместным и неэффективным. Вербальный код характеризуется тем, что не может в ту же секунду предоставить сразу несколько слов и несколько смыслов. Напротив, это цепочка слов, которые воспроизводятся последовательно друг за другом. Если в печатном тексте у читателя есть возможность вернуться к материалу и перечитать, то устная телевизионная речь не подразумевает подобных условий. Чтобы сравнить два или более процесса именно вербально в устном виде, необходимо либо сделать это максимально коротким образом, либо постоянно напоминать слушателю о ранее названных характеристиках. Однако извечное напоминание норовит превратиться в обратное связному тексту. Также это отнимет значительное количество времени, чего в условиях эфирного времени допустить невозможно.

Визуальный же ряд, в частности динамическая инфографика, предоставляет все условия для создания сравнительного контента. Инфографика позволяет отобразить на экране одновременно несколько объектов, что дает возможность сконцентрировать внимание зрителя, соответственно, на нескольких объектах и продемонстрировать разницу между ними. Кроме того, визуальная знаковая система позволяет сравнить их по нескольким параметрам и опять же отобразить эти расхождения на экране одновременно. Большое преимущество в этом отношении играет именно динамическая инфографика, которая способна передать всю полноту процесса, акцентировать внимание на деталях и, самое главное, дать возможность зрителю представить его, отнеся к реальной действительности.

Вербальная система испытывает сложность в том, чтобы создать образ для сравнения, ведь иначе не произойдет и того процесса сопоставления, который заложен в целеустановке автора. В то время как инфографика рассчитывает на то, чтобы в сознании и представлении зрителя родились соответствующие образы для сравнительного анализа. Динамичность же

инфографики способствует последовательному восприятию образов и информации, что называется, структурированию данных. Сравнение в данных условиях тоже приобретает упорядоченный характер и позволяет получить четкую информацию. Кроме того, анимация сохраняет интригу, когда, например, на экране сначала появляются данные о возрасте больной клетки, а затем – о здоровой. Благодаря сравнению рождается драматургия. Зритель в этом случае демонстрирует внимание и интерес, проявляет эмоциональный отклик.

Динамическая инфографика оказывается такой же последовательной, как и вербальный знак, однако она все равно имеет преимущество в возможностях порождения сравнительного содержания. Инфографика, демонстрируя на экране все новый и новый образ, сохраняет при этом старый, что позволяет аудитории с легкостью сопоставить его с новым. Вербальная знаковая система не может продемонстрировать такие возможности, по крайней мере, с той же эффективностью.

Наглядным оказывается пример с инфографикой, сравнивающей скорости различных видов самолетов¹⁰⁴. В данных условиях, аналогично выше описанному случаю, при восприятии вербального текста разница между объектами сравнения не воспринимается на слух. Ситуацию усугубляет также и то, что приводятся большие величины, сложные для понимания. Сравнение достигается за счет привлечения инфографики, потому что, как и в предыдущем примере, вербальная часть не содержит сравнительного контента. Ведущий Сергей Малоземов перечисляет значения скоростей, но при этом не указывает на преимущественные характеристики или процентные соотношения в мощности того или иного авиационного средства передвижения.

Однако следует отметить, что предпосылки для сравнительного материала в устной вербальной части поликодового текстового слоя все же есть. Самой первой ведущий дает характеристику обычному самолету с тем

¹⁰⁴ Приложение В.

расчетом, что от значения скорости именно А 300 зритель и будет отталкиваться при восприятии последующих величин. Скорость передвижения обычного самолета – это скорость того авиасредства, которым пользуются люди в современное время. Исходя из своих накопленных знаний зрители могут сформировать представление о разнице между показателями скорости транспорта, который находит отражение в инфографике. Таким образом, изображение помогает перевести понятие в сферу чувственно-воспринимаемых предметов и сделать его наглядным, чтобы аудитория переняла смысл передаваемой информации в полном объеме. Также, когда Сергей Малоземов озвучивает информацию о скорости советского Ту-144, он произносит следующую лексическую единицу: *имел крейсерскую скорость*. Так, ведущий наделяет советский самолет характеристиками быстроты крейсера, желая продемонстрировать преимущество этого вида самолета среди других. Однако не каждый из зрителей способен считать эту информацию, так как большинство не имеет представления о крейсерской скорости, а кто-то и вовсе не понимает, о чем идет речь. Поэтому инфографика становится для большей части реципиентов единственным способом сопоставить числовые данные.

Процесс сравнения в инфографике аудитория наблюдает и на новом кадре ключевого видеоряда, анализируемого в настоящем исследовании.

<p><u>это</u> и образует <u>сухие...красные</u> <u>зудящие</u> бляшки//<u>почему</u> клетки начинают так себя <u>вести</u>/ для науки пока загадка//</p>	<p>Верхний слой «кожи с псориазом» постепенно покрывается темными пятнами красного цвета. Изображение исчезает с экрана.</p>
--	--

Таблица 2.6.

Устная часть поликодового текста начинается со знаков со значением субъективной модальности – это и. Акцентуатор выполняет функцию

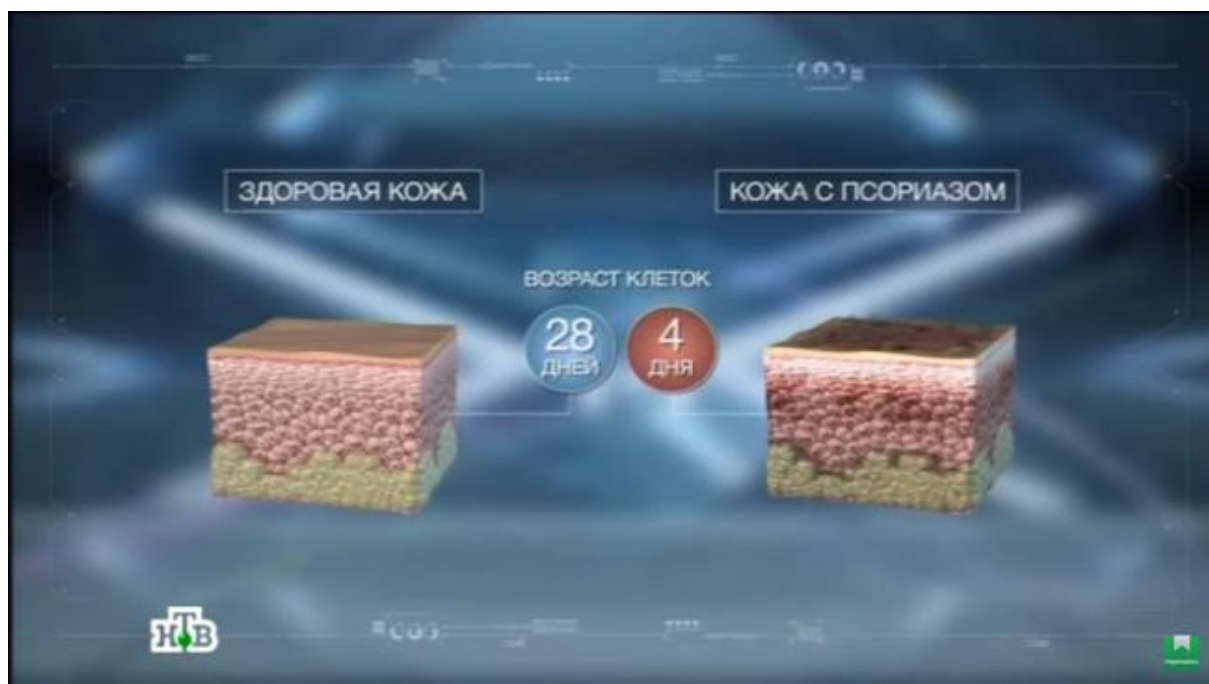


Рисунок 2.5.

уточнения и остается в рамках естественной для него знаковой системы. Тем не менее эта лексика носит экспрессивный эмоциональный характер и воздействует на аудиторию соответствующим образом. Указательное местоимение используется в том значении, котором адресат уже получил ранее – выход клеток на поверхность незрелыми. Как уже выяснилось, именно в этом состоит причина «звездной болезни». В текущем кадре автор вновь это подчеркивает, не только употребляя указательное местоимение, но и сопровождая его определенной интонацией. Голос служит не только средством формирования речи, но и ее оформления. Голос отражает эмоциональное состояние человека во время речевого акта. «Голосовые особенности влияют на восприятие адресатом получаемой информации и на квалификацию передаваемого сообщения, придавая сообщению определенную аксиологическую или экспрессивно-стилистическую окраску. В ходе диалога голос служит чрезвычайно мощным инструментом воздействия, убеждения, подавления»¹⁰⁵. Сергей Малоземов произносит

¹⁰⁵ Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. М.: Новое литературное обозрение, 2002. С. 223.

слово с ударением, повышает громкость и темп, что не может не привлечь внимание зрителей. Анализируемый кадр представляет собой развязку сюжета, поэтому создатели готовят аудиторию к ее восприятию.

Эффект акцентирования усиливается и благодаря использованию частицы *и*, которая также выполняет роль уточнения, выделения данного фрагмента речи. Семантика этой лексики проявляется только в вербальном элементе, так как переносить ее значение визуальной части просто нет необходимости. Под словом *это* подразумевается именно то, что зритель только что слышал выше, до этого момента. А инфографика в свою очередь демонстрирует это значение аудитории ввиду своей возможности создавать полноценную историю и сохранять ее сюжеты на протяжении всего рассказа. Если статичная картинка атемпоральна и не способна к временному развертыванию, то динамичная видеоинфографика, наоборот, имеет возможность воспроизвести реальное течение сюжета.

Визуальный ряд ролика с сопоставлением действия моющих средств¹⁰⁶ тоже сопровождается лексикой субъективно-модального значения, которая тоже демонстрирует свою ограниченность в переходе на невербальный язык. В последних кадрах инфографики используются такие конструкции, как *мало того, что* и *так еще и*. Семантику приведенной лексики зритель считывает только при восприятии вербальной части поликодового текста, так как в визуальной системе она никак не выражается. Если в иллюстрации диалогичность достигается за счет изображения предмета и перевода его в элемент чувственного мира человека, то в вербальном тексте воздействующая функция ложится именно на лексику модальной семантики.

Инфографический видеоролик о псориазе достигает кульминации одновременно со словами *сухие красные зудящие бляшки*. Соответствующие изменения зритель наблюдает и в визуальной части поликодового текста. Если слово *красные* находит отражение в невербальном коде, то *сухие* и *зудящие* остаются исключительно в словесной системе. Это предметная

¹⁰⁶ Приложение Б.

лексика, которая обозначает именно то, что воспринимается зрением и осязанием (*красные, зудящие*). По этой причине авторы не могут прямо изобразить их в инфографике и сохраняют за ними возможность выражения с помощью естественного языка. Чувственно-наглядное значение слова *сухие* тем не менее противопоставлено рациональному значению. При восприятии этой лексемы в сознании зрителя рождается представление, который соотносится с его личным опытом, что способствует глубокому пониманию информации. Жизненный опыт помогает аудитории соотнести полученные сведения с ранее накопленными знаниями в ходе практической деятельности и создать соответствующее представление.

«В философии и когнитивной психологии представление понимается как форма чувственного отражения в виде наглядно-образного знания, возникающего на основе ощущений и восприятий; в представлении содержится образ ранее воспринятого предмета или события (это представления памяти, воспоминания) или образ, созданный продуктивным воображением»¹⁰⁷. Сложно предположить что, кто-либо из людей не сталкивался в своей повседневной жизни с таким явлением, как сухость кожи. Каждый испытывает на себе это состояние в определенных ситуациях или период времени, поэтому почти любой знаком с ощущениями, которые сопровождают этот кожный дискомфорт. Это воспоминание позволяет реципиенту с легкостью выявить верную семантику слова и без обращения к иллюстративному слою поликодового единства. Знакомое для обывателя слово усиливает работу его органов чувств и помогает сознанию перенять эти ощущения на себя. Зрительный процесс человека делится на два этапа: различение – выделение формы объекта; узнавание – отождествление объекта, или иначе репрезентация. На втором этапе приходит в действие механизм прошлого мышления и опыта, который и способствует вычленению необходимой информации из изображения. Таким образом,

¹⁰⁷ Мечковская Н. Б. Семиотика. Язык. Природа. Культура: учебное пособие. 2-е изд., испр. М.: Издательский дом «Академия», 2007. С. 207.

слово из научного обихода переносится на здравый смысл, из понятия оно превращается в предмет.

Такая характеристика болезненных бляшек, как *зудящие*, также не выходит за рамки вербального элемента. Семантика этого слова относится к миру чувственного познания человека в той степени, которой человеку при восприятии этого слова для представления достаточно только словесной знаковой системы. Все остальное за авторов программы делает сознание самого человека и его предшествующий опыт. Для слов, обозначающих чувства и ощущения человека, характерны ассоциации именно с теми чувствами и ощущениями, который он испытывал в реальной жизни. Подобную лексику сложно поместить в невербальный код, потому что ее значение связано с исключительно чувственным состоянием человека, в частности его ощущениями при болезни. Значение слова отображает чувственное представление, а понятие несет в себе содержание, которое передает знание о ненаблюдаемых объектах.

Если лексемы *сухие* и *зудящие* остаются в вербальной кодовой системе, то *красные* и *бляшки* дублируются в визуализации сюжета. Однако у этих слов насчитывается не единственное значение, они имеют семантические варианты. Например, красный, как и другие цвета, имеет разные оттенки и может быть пурпурным, лиловым, алым, бордовым. В данном случае только контекст помогает ассоциировать красный цвет с цветом крови. Если восстановить лексический ряд слова бляшки, то в нем также будет присутствовать не одно значение. Возможно, для одной категории людей единственным значением бляшек является металлическое украшение или опознавательный знак. Но даже в дискурсе медицины бляшки являются симптомами многочисленных болезней и проявляются в организме человека по-разному. Контекст вновь помогает аудитории воспринимать сему в одном дискурсе. Визуализация же способствует экономии языковых средств и времени и эффективному восприятию информации, рождая вместе с вербаликой единственно верный смысл.

Слово бляшки, находясь в вербальной кодовой системе, представляет собой медицинский термин, научное понятие, которое относится к сфере абстрактного мышления. Однако научно-популярный функциональный стиль при передаче информации рассчитывает на неспециалиста в отличие от сугубо научного стиля, который стремится добиться коммуникации со специалистом, профессионалом своего дела. Чтобы сделать понятие наглядным и перевести его в сферу чувственно-наглядного мира человека, авторы используют такое техническое достижение, как инфографика. Поверхность кожи на модели, изображающей пораженный участок тела человека, приобретает красные пятна, под которыми понимаются болезненные участки – бляшки. Визуализация способствует тому, что термин как слово из научного мира превращается в слово предметного значения, переходит в сферу, которую человек воспринимает своими органами чувств.

Анализируемый пример вновь демонстрирует тот случай, когда весь объем информации распределяется между разными знаковыми системами. В тот момент, когда зритель с помощью закадрового текста получает информацию о характеристиках бляшек, иллюстрация становится эквивалентом только самого понятия и его единственного свойства – цвета. Однако визуальный компонент поликодового комплекса в это время предоставляет другую информацию, которую не удастся передать настолько эффективно при задействовании только вербального элемента.

В новом кадре, подвергаемом анализу, отчетливо прослеживается сравнение в инфографике. Поверхность кожного покрова на визуализации приобретает красноватый оттенок. Изображение пигментации позволяет аудитории перевести информацию в изображение реального мира и получить наглядное представление о псориазе. Пока клетки в модели кожи справа стремительно поднимаются вверх, окрашиваются в темный красный цвет и выходят на поверхность в виде бляшек, схематичное изображение кожного слоя в левой части экрана остается неизменным и подтверждает свое здоровое состояние. Здесь функция типа сравнения в драматизации и

создании конфликта достигает своего пика. Перед аудиторией сравнение показателей, которое, по мнению дизайнеров, оказывает смысловую нагрузку на инфографику.

В то же время вербальная часть поликодового текста включает в себя целое предложение, которое остается в пределах только словесной системы – *почему клетки начинают так себя вести для науки пока загадка*. Лексема *почему* носит вопросительную семантику, поэтому не поддается кодированию в визуальный знак, как уже выяснилось ранее. Очередной раз стоит отметить такую причину, как абстрактность и непредметное значение понятий, что не позволяет инкорпорировать подобные слова в визуальное средство. Это характерно для таких слов данного кадра, как *наука* и *загадка*. Они представляют собой понятия, лексические значения которых каждый человек представляет по-разному, что является одним из оснований судить о них как о словах с непредметной семантикой. Резюме всему вышесказанному в видео служит именно это анализируемое предложение, без которого бы ролик был бы неполным. В нем содержится одна из важных информации, ведь фраза говорит о том, что на самом деле истинная причина болезни псориаза до сих пор неясна. Как стало понятно, визуализация не берет на себя изображение подобного рода сведений, а без них смысл сюжета оказался бы неточным, поэтому эту роль берет на себя вербальная семиотическая структура. Таким образом, «помимо различных правил интерпретации и структурной организации вербальной и визуальной систем, которая в определенной мере обуславливает интеграцию их знаков в едином смысловом целом, эта интеграция представляется своего рода компенсацией либо дополнением в едином тексте семиотических возможностей одного кода за счет другого. Следовательно, вербальные и визуальные знаки, данные в своей гомогенности, выступают потенциально открытыми в

коммуникативном пространстве для интеграции друг с другом в едином текстовом целом»¹⁰⁸.

Инфографика, сравнивающая два типа средств для посуды¹⁰⁹, а точнее ее вербальная составляющая, тоже не обходится без лексем, которые сохраняют свое существование в единственной кодовой системе. Это относится к словам *машинные* и *жидкие ручные*. Из выше проведенного анализа следует, что визуальная часть не выражает эту лексику как в виде подписей, так и в виде иллюстрации. Уместно очередной раз повторить, что эту информацию зритель получает только при восприятии устного словесного текста. Таким образом, зритель самостоятельно прокладывает путь к процессу декодирования информации. Он считывает смысл полученных данных благодаря своим фоновым знаниям, которые накоплены им в течение его жизнедеятельности. Это позволяет перевести семантику слов на реальный наблюдаемый мир человека и способствует быстрому усвоению текста. В том числе в этом действии авторов программы прослеживается стремление не перегрузить визуализацию информацией, чтобы сосредоточить внимание зрителей на ключевых моментах.

Ролик исследуемой основной инфографики не заканчивается, однако теперь на экране зритель уже не видит прежнее изображение моделей кожи.

считается/ что сбой	Появляется окружность, в рамках которой вращаются две цепочки, которые направлены противоположно относительно друг друга и закручены в спираль. Перпендикулярно цепочкам располагаются линии, которые находятся между двумя цепочками и соединяют их. Так, образуется модель двойной спирали ДНК человека.
------------------------	--

Таблица 2.6.

¹⁰⁸ Ариас А.-М. Поликодовый текст: теоретические и прикладные аспекты: учебное пособие. СПб.: Издательство СПбУУиЭ, 2015. С. 23.

¹⁰⁹ Приложение В.

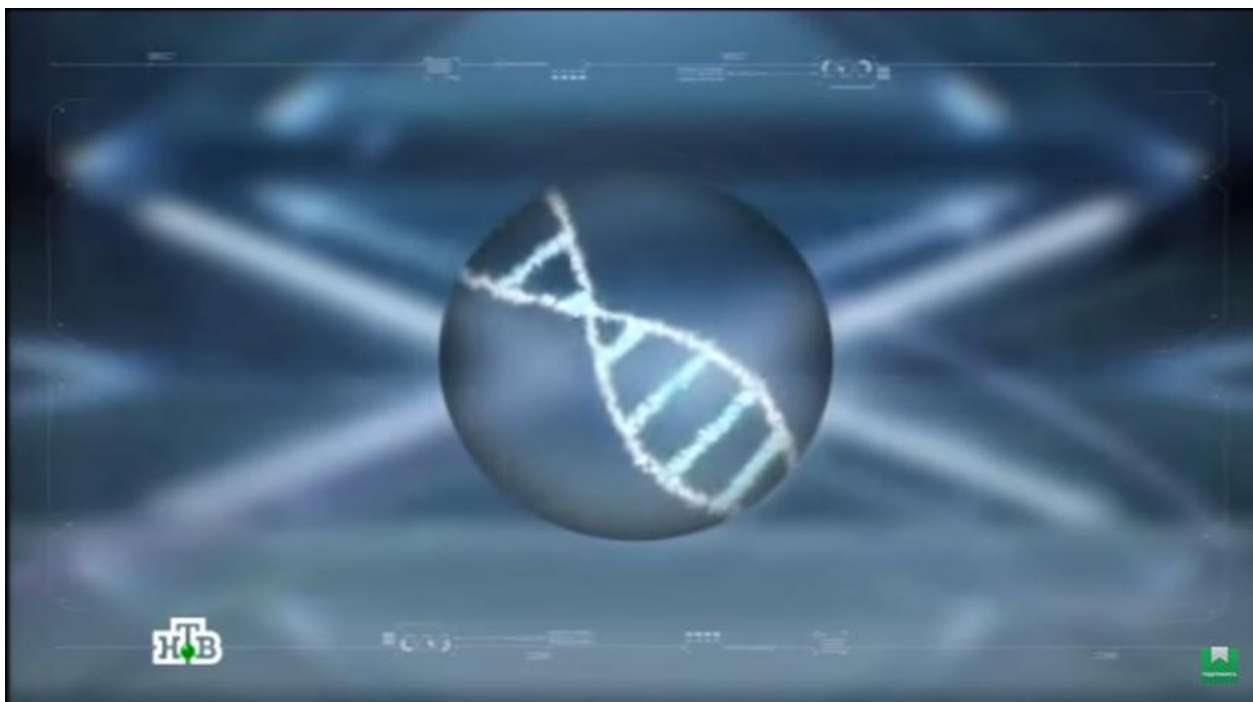


Рисунок 2.6.

Перед аудиторией возникает более сложная конструкция, представляющая собой спираль ДНК человека. Этот кадр является продолжением видеоролика и своеобразным продолжением рассказа о причинах развития псориаза.

Анализируемый кадр представляет собой пример того случая корреляции визуальной и вербальной семиотических структур, когда связность на содержательном уровне одной системы с другой не прослеживается. Далее предпринята попытка подробного обоснования данного обстоятельства.

Вербальная часть начинается с конструкции с модальным значением – *считается, что*. Использование изъяснительной конструкции говорит о присутствии автора в тексте. Очередной случай, который доказывает, что слова с субъективно-модальным значением не могут получить отражение в визуальном пространстве. Текущий кадр заканчивается словом *сбой*, семантика которого отождествляется с непредметностью. Это слово с абстрактным значением, которое также не может быть переведено в визуальную систему. Поэтому на экране зритель в это время наблюдает

вращающуюся модель спирали ДНК человека, которая не соотносится с контентом вербального ряда. При наблюдении за расшифровкой становится ясно, что для перевода визуализации в вербалику приходится приложить достаточно усилий, однако без обращения к иллюстрации все же трудно представить картину в полном объеме.

Анализировать настоящий кадр видеоинфографики стоит без отрыва от последующего кадра, который является завершающим в ролике, так как

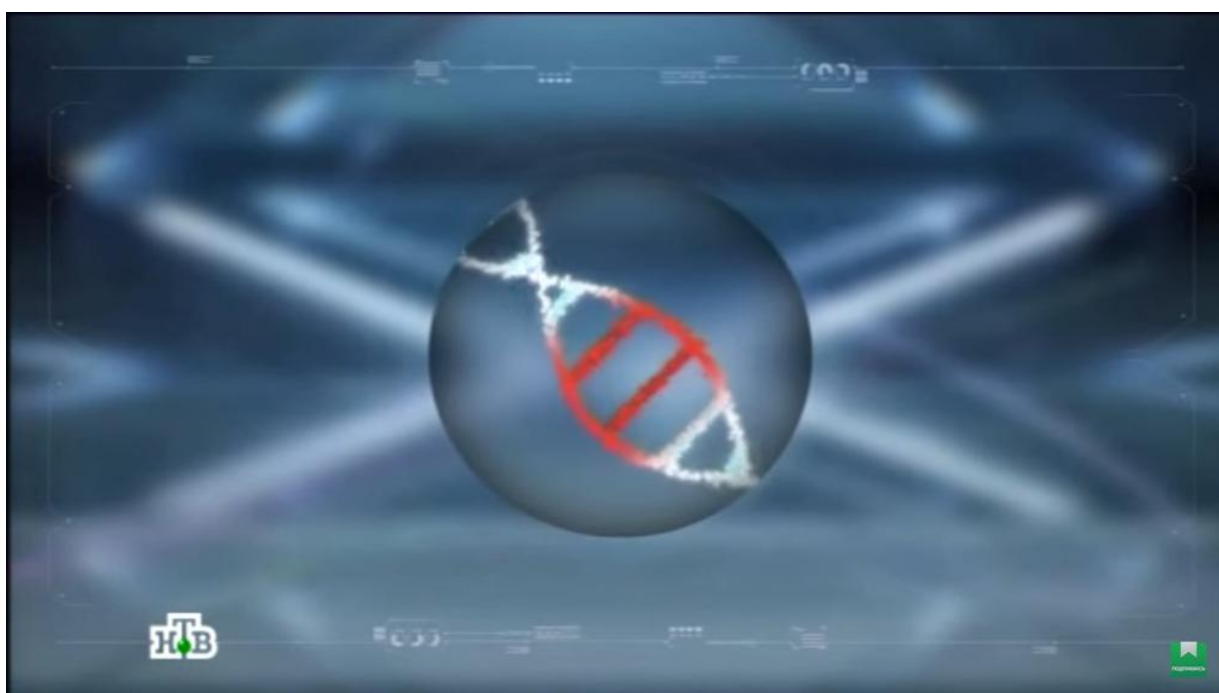


Рисунок 2.7.

<p>запрограммирован в генах ответственных за иммунитет кожи//</p>	<p>Центральный участок модели ДНК с эффектом вспышки приобретает красный цвет.</p>
---	--

Таблица 2.7.

только благодаря его вербальной части становится ясно, что включает в себя иллюстративный компонент в целом.

Вербальная система поликодового текста содержит целую цепочку слов с непредметным значением – *в генах, ответственных за иммунитет кожи*. Новый кадр, который включает в себя данную информацию, позволяет

понять, что изображено на экране. Чего нельзя было бы сделать при восприятии исключительно визуального элемента текста. В свою очередь без невербального сопровождения словесный текст поликодового комплекса оказался бы незамеченным и остался бы в рамках научного дискурса, а значит, его эффективность в передаче знаний адресату не достигла бы необходимого уровня, достаточного для продуктивной коммуникации.

Последний анализируемый кадр найдет наиболее полное рассмотрение в следующем параграфе. Также далее будут изложены возможности и ограничения визуальной знаковой системы в формировании смысловой структуры поликодового текста.

2.3. Семиотический потенциал невербальной знаковой системы

Поликодовый текст – это единство вербальной и невербальной систем, которые образуют одно целое и следуют общей задаче воздействовать на адресата. Как показал анализ, инфографика наряду с другими типами текстов является одним из продуктов поликодности и представляет собой пример эффективного взаимодействия вербального и визуального кодов. Инфографика – это в первую очередь визуальный ряд, однако она не исключает процесса вербализации. Более того, аналитическая часть позволяет заключить, что на долю вербального комплекса приходится значительная часть данных. В свою очередь инфографика имеет и огромный потенциал в визуализировании данных.

Визуальная и вербальная семиотические структуры делят свои функции при достижении цели в формировании единого смысла текста. Если вербальный код не способен в полной мере выразить необходимую информацию, то эту роль на себя принимает визуальный компонент поликодового комплекса, и наоборот. Инфографика в этом отношении демонстрирует целый спектр возможностей и преимуществ в передаче данных, который будет рассмотрен и проанализирован далее.

Из определения инфографики следует, что главная ее функция – сделать содержание более доступным и понятным для зрителя. Это эффективный способ быстро и четко передать вербальную информацию.

Чаще всего в формате графики представляют сложные цифровые данные, которые с помощью инфографики становятся намного понятнее зрителю. Как говорит М. Смикиклас, автор книги «Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений»¹¹⁰, инфографика делает очевидными заключения, которые нечетко видны или вовсе невозможно выявить, если используются одни лишь цифры. Таким образом, самым эффективным способом показать результаты опросов, исследований и иные цифровые данные в СМИ является информационная графика. Из утверждений М. Смикикласа, инфографика оказывает людям помощь в понимании цифр и расширяет их возможность расшифровки и обработки материала более удобным способом.

Так, в инфографическом ролике о последствиях псориаза, подвергаемом анализу, тоже встречаются цифры. Это возраст клеток кожи, при которых они считаются незрелыми при выходе на поверхность. Следом за единицей *возраст клеток* в инфографике появляется подпись к модели больной кожи *4 дня*, о чем можно судить по расшифрованному материалу. В этом случае, как и во многих других, прослеживается дублирование визуальной частью вербального знака. Это тот случай, когда сохранить вербальную составляющую показателей – наиболее эффективный способ передать информацию. В данном случае, этот прием позволяет, наоборот, сэкономить время на восприятие, интерпретацию и понимание смысла поликодового текста. *4 дня* – это та характеристика, которая более чем знакома зрителю, обывателю. Цифра именно в зримой форме отсылает человека к его повседневному опыту и позволяет добиться максимального эффекта от коммуникации, что и демонстрирует данный пример.

¹¹⁰ Смикиклас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений. СПб.: Питер, 2014.

Стоит также отметить, что в анализируемом кадре инфографики используется не одна знаковая система, а две – словесная и цифровая. И интенция акцентирования реализуется именно с помощью последней. В цифровой форме информация считывается намного быстрее, нежели выраженная словесно. Процесс восприятия осуществляется моментально, так как цифра не переводится сначала в словесную форму, а доносит информацию одновременно с взглядом. Однако восприятие усложняется, когда цифра в кооперации с текстом в словесной форме употребляется в значении косвенного падежа, потому что число прочитывается в первую очередь в именительном падеже. Обычно, такой текст только усложняет коммуникацию и затрачивает большой объем времени, когда потребность согласовать с падежом существительного заставляет вернуться читателя к числительному и употребить его в верном значении. Именно эта причина вынуждает и авторов анализируемого поликодового текста в визуальной его части использовать именительный падеж – *4 дня*. В то же время за кадром, в устной вербальной системе текста, используется форма родительного падежа, которая визуально, соответственно, принимает иную форму. Если бы авторы сохранили в невербальной части текста форму, использованную в устной части, – *4 дней* – то значительно увеличили бы время своего зрителя на восприятие данных и, более того, лишили бы его получения и усвоения некоторой информации.

В поликодовом тексте подпись выполняет разнообразные функции. Е. Е. Анисимова¹¹¹ выделяет несколько: номинативную, информативную, дейктическую, когерентную, интегративную. В анализируемом кадре подпись к модели пораженной кожи человека берет на себя функцию информативности. По типологии Е. Е. Анисимовой, подпись можно отнести к типу подписи-связки, где содержание отличается минимальным объемом. Ее задачей является установление связи между основным вербальным

¹¹¹ Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М., Издательский центр «Академия», 2003. С. 65.

текстом и изображением. Обычно это сокращения, буквы или цифры, как в данном случае. При всем этом назвать информацию незначительной или минимальной нельзя, ведь именно в содержании этой подписи кроется причина образования болезненных бляшек как последствий псориаза. Кадр видеоинфографики, подвергаемый анализу, несет в себе роль кульминационного момента всего динамического изображения.

Кроме того подписям присущи и более частные функции, которые имеются в том числе и у рассматриваемой подписи. Она реализует также аттрактивную интенцию, которую реализует благодаря своим экстралингвистическим характеристикам. Обратившись к расшифровке компьютерной графики, можно с легкостью отличить размер шрифта числовой информации и словесной в рамках подписи. Шрифт играет важную роль в композиции поликодового текста и оформлении вербального знака. Он способен влиять на внимание читателя и зрителя и читабельность текста в целом. Так, цифра 4 значительно большего размера, нежели вторая половина текста – *дня*, – что подразумевает то, что акцент в визуальной части поликодового текста все-таки делается на том, что хуже всего воспринимается зрителями, например, цифрах. В данном случае реализуется смысловыделительная функция шрифта, когда с помощью него указывают на наиболее важные моменты вербального текста в смысловом плане, что и достигается за счет варьирования кегля. Это позволяет сформировать единый текст с общей смысловой доминантой. Кроме того, этот эффект усиливается ввиду не только разницы в размере шрифта, но и расположения текста в подписи. Две части текста располагаются на разных строчках, что опять же способствует реализации основной функции визуализации и аттрактивной интенциональности, в частности.

При анализе вербальных компонентов внутри визуального текста любопытным оказывается материал о характеристиках самолетов¹¹², который уже неоднократно приводился в пример. В данном случае подписи в

¹¹² Приложение В.

иллюстрации предоставляют достаточно емкий объем данных. Каждая шкала, показатель которой устанавливается на значении, соответствующей значению скорости того или иного судна, делится на два отрезка, где под правой половиной располагается подпись «сверхзвуковая скорость». То есть предполагается, что после пересечения показателя скорости середины отрезка, скорости приписывается значение сверхзвуковой скорости. Однако подпись имеет достаточно маленький размер шрифта, чтобы без труда разобрать содержание. Поэтому можно с уверенностью сказать, что данная подпись оказывается лишней в инфографике, ведь в таком случае смысл, заложенный авторами изначально, не считывается. Подпись только затрачивает время зрителя на многократные попытки понимания контента и, таким образом, отвлекает от важной информации, препятствуя эффективной коммуникации.

В рассматриваемом тексте инфографики существуют и другие виды подписей, которые имеют значение для настоящей исследовательской деятельности. Над каждой из шкал, которой соответствует определенное воздушное транспортное средство, находится название этого самолета. Если за кадром зритель слышит *обычный самолет*, то на экране видит *A 300 (2015)*; когда ведущий говорит о советском самолете, на изображении появляется указание *Tu-144 (1970)*; в устном виде франко-британский *Конкорд*, а в визуальном – *Concorde (1970)*. Эти подписи выполняют сразу две функции: номинативную и информативную.

Первая часть подписи включает название авиатранспорта, модель которого изображена слева. «Изображение и подпись могут выступать как автономный видеовербальный комплекс, адекватное понимание которого не требует от адресата предварительного ознакомления с основным вербальным текстом. Особое значение, однако, играют фоновые знания реципиента (его образовательный, культурный уровень, степень осведомленности в той или

иной области знаний и т.д.¹¹³», – пишет Е. Е. Анисимова. В данном случае подпись как раз выполняет такую функцию, когда изображение способно существовать вне зависимости от вербального текста. Но для понимания смысла инфографики зрителю потребуется личный опыт. Например, он должен иметь представление, как выглядит современный самолет, чтобы идентифицировать его при восприятии изображения с подписью *A 300*. Первый объект сравнения в инфографике примечателен также и тем, что его заголовок не дублируется в вербальной части поликодового комплекса, включая в себя только лексему *обычный самолет*. *A 300* – это такой тип номинации, который в устном виде прочитывается довольно сложно. По этой причине авторы «Чудо техники» выносят название в визуальную часть текстового единства. Исследуемый заголовок подобен количественным значениям, которые принимают наглядный вид, соответственно, только в визуальном компоненте текста. К тому же название обычного самолета как раз и содержит в себе цифры.

Информативную функцию подписей выполняет в этом инфографическом материале текст, заключенный в скобки. Это обозначение года эксплуатации того или иного вида транспортного средства. Такие данные аудитория выносит из сюжета только посредством визуального текста. В своей авторской классификации Е. Е. Анисимова называет подобные подписи подписями-дополнениями. Они служат расширению содержания, которое воспроизводит вербальный текст, и уточнению информации. Опять же год – это числовая форма передачи данных, которая сложно усваивается на слух. Из всего выше сказанного, можно выделить очередное предназначение инфографики – доставлять дополнительные сведения. Ведь информацию о времени использования каждого из транспортных средств телезритель получает, только глядя на экран. Таким образом, инфографика включает в себя и выполнение функции доставки

¹¹³ Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М., Издательский центр «Академия», 2003. С. 67.

дополнительной информации, которую не передает или не способна передать вербальная составляющая поликодового текстового образования. Этот пример инфографики к сюжету научно-популярной программы в очередной раз доказывает эффективность действия цифр в визуальной части текста, когда каждый из компонентов поликодового образования осуществляет функционирование в определенном русле.

Материал о самолетах изобилует словесным компонентом внутри изображения. Кроме названия, года эксплуатации и характеристики скорости, зритель наблюдает на экране и числовое значение скорости с единицей измерения, выраженной в километрах в час. Эта часть поликодового текста уже подвергалась анализу выше в отношении вопроса вынесения количественных данных в невербальный семиотический код. На данный момент следует рассмотреть материал в качестве подписей. Указание скорости на шкале играет роль подписи-повтора. Она дублирует основную информацию, которая содержится в устном закадровом тексте ведущего. Избранный тип инфографики – сравнение – вынуждает создателей телевизионной передачи максимально использовать ресурсы визуального текста, так как сопоставить информацию реально, если она дается одновременно.

Таким образом, в составе визуальной семиотической системы поликодового текста большую роль на себя берут не только исключительно изображения, но и вербальные знаки. В ходе анализа выяснилось, что подпись на уровне содержательном и функциональном является важнейшим компонентом поликодового текста, оказывая воздействие на читателя. Особенную роль подписи на себя берут в научно-популярном издании, что доказывает настоящий аналитический процесс.

Следующий кадр основного аналитического материала тоже демонстрирует то, что авторы в целях эффективной коммуникации прибегают к использованию цифровой формы предоставления чисел – 28 дней. В данном случае речь идет уже о двузначном числе, которое в

словесной форме приняло бы вид слагаемого из двух слов, что увеличило бы время зрителя на восприятие информации. Но ведь инфографика придерживается принципа сэкономить время на получение данных, поэтому авторы не забывают об этом и применяют цифровую форму выражения значения. Использование такого формата гарантирует эффективное восприятие, позволяет аудитории быстрее уловить сведения, представить и запомнить.

Подобное же сравнение величин, как уже выяснилось, присутствует в инфографике выпуска от 11 октября 2015 года¹¹⁴ – со значением скорости. Здесь присутствует своеобразный конфликт, который авторы телепрограммы все-таки стремятся визуализировать, нежели просто обойтись числовыми данными на экране. В прямом смысле это сделать невозможно, ведь скорость имеет идентифицирующее значение, как и ее показатель. Но для этой цели привлекаются диаграммы, как более легкий и менее затратный по времени тип инфографики. Поочередно на экране возникают друг за другом три шкалы с показателем скорости того или иного типа самолета. Помимо той разницы, которая оказывается явной благодаря разной длине значений диаграмм, под каждой шкалой указывается еще и соответствующая цифра. При анализе подписей указание значений скоростей были проигнорированы, поэтому они будут приведены в данном случае, где это наиболее оправданно. Обычный пассажирский самолет – 900 км/ч, Ту-144 – 2300 км/ч, Concorde – 2150 км/ч. В отличие от предыдущего примера рассматриваемый содержит чисел больше и к тому же большей величины. Если предположить, что закадровый текст не сопровождается тем визуальным рядом, который использован в сюжете, тогда аудитория бы получила последовательность чисел, обозначающих скорость, но при этом бы не почувствовала между ними разницы. Обыватель воспринимает их в любом случае как большую величину, диаграмма вносит корректировку в данную ситуацию и, чтобы показать отличия, выводит тот или иной столбец дальше относительно

¹¹⁴ Приложение В.

остальных показателей. Подобная информация, оставшись в рамках вербального аудиального текста, для зрителя оказалась бы непосильной для восприятия. Инфографика позволяет избежать нарушения коммуникативной связи издания со своей аудиторией. Визуализация со сравнением скоростей представляет собой поликодовый текст, где основное информационное содержание вербального и визуального знаков совпадают. Это оказывается настолько выгодным фактором для инфографики, что она может существовать независимо от вербального телевизионного текста, не утрачивая при этом интенцию автора материала. Того минимизированного языка вместе с сочетанием цифр оказывается достаточным, чтобы уловить смысл и идею инфографики, словом, освоить научно-популярную информацию минимальными средствами. Это происходит за счет такой характеристики инфографического материала, как экономия языковых средств, как пишут А. Г. Кротова и А. Е. Басырова. «Все это способствует лаконичности и компрессии данного креолизованного текста, задача которого – сделать материал кратким и доступным для понимания с первых секунд»¹¹⁵.

Как выясняется в ходе проведения практического анализа, неспособность визуального кода в полной мере закодировать вербальный символ ведет к сохранению естественного языка внутри инфографики, является в некой степени преимуществом визуализации относительно телевизионного текста – аудиального. В частности, это свойство характерно для отображения цифр.

В анализе предыдущего инфографического текста важную роль играет семантика цвета. Как уже выяснилось, визуальная семиотическая система так или иначе в полном объеме не дублирует вербальную, но и предоставляет новую информацию и смысл, который невозможно передать с помощью

¹¹⁵ Кротова А. Г., Басырова А. Е. Инфографика как особый вид креолизованных текстов (лингвистический аспект) // И. А. Бодуэн де Куртенэ и мировая лингвистика: междунар. конф.: V Бодуэновские чтения: тр. и матер.: в 2 т. / под общ. ред. К. Р. Галиуллина, Е. А. Горобец, Г. А. Николаева. Казань: Издательство КФУ, т. 2, 2015. С. 165.

словесных знаков. Например, цвет имеет большое значение при зрительном наблюдении, ведь зрение – это основной источник восприятия цвета. Более того, каждый из цветов имеет определенное значение и вызывает ассоциацию.

Е. Е. Анисимова считает цвет одним из главнейших компонентов при построении поликодового или креолизованного текста. Автор работы «Лингвистика текста и межкультурные отношения: на примере креолизованных текстов»¹¹⁶ наделяет цвет несколькими функциями: смысловыделительная, экспрессивная, аттрактивная, символическая и эстетическая. Выполняя аттрактивную функцию, цвет привлекает внимание аудитории. Цвет способен указать на смысловые центры в тексте, выделить и повысить их значение на фоне остальной информации. Цвету приписывают и выполнение эмоциональной функции, когда он способен вызвать определенные чувства у наблюдателя. Символическая функция цветового решения заключается в его способности заключать в себе абстрактные понятия.

Анализируемые кадры демонстрируют пример использования красного и голубого цветов, где красным обозначается возраст клеток кожи, больной псориазом, а голубым – возраст здоровых клеток. Таким образом, авторы демонстрируют разницу в развитии организмов, в том числе и с помощью цветовой семантики. В данном случае цвет берет на себя выполнение экспрессивной функции, когда пытается породить те или иные эмоции у зрителя. Так, красный цвет способен усиливать беспокойство, раздражение. Красный цвет предупреждает об опасности, это сигнал к действию насторожиться, обезопасить себя. Многие исследователи красный оттенок наделяют разными значениями, однако именно вышеперечисленные особенно характерны для контекста, ведь именно в круглый модуль этого цвета создатели программы помещают информацию о нездоровом возрасте

¹¹⁶ Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М., Издательский центр «Академия», 2003. С. 59.

клеток, которые способствуют развитию болезни псориаза. Это обстоятельство вряд ли можно назвать благоприятным стечением событий, чтобы не принимать во внимание описанную семантику красного цвета. Она вполне соответствует значению передаваемой информации. Также красный цвет с детства у человека ассоциируется с кровью, поэтому и в данном случае, особенно когда речь идет об организме человека, в частности о его болезненном состоянии, эта ассоциация, естественно, приходит в действие. И не зря, что доказывает анализ следующего кадра видеоинфографики.

Голубой или синий цвета имеют значение, противоположное красному, чем и пользуются авторы научно-популярной телепередачи «Чудо техники». Ведь именно в модуль, заполненный голубым цветом, они замыкают значение возраста здоровой клетки. Швейцарский алхимик и врач из Средневековья благодаря своей профессиональной деятельности пришел к выводу, что при концентрации пациента на синем цвете происходит успокаивающий и облегчающий эффект от боли. Синий также благоприятно воздействует в случае жара, истерии и высокого давления. Именно эти характеристики относятся к голубому цвету, который можно наблюдать в кадре инфографики. Голубой цвет вступает во взаимодействие с вербальным текстом и порождает вышеописанные семантические значения.

Несмотря на то что восприятие цветовой палитры у каждого человека происходит индивидуально, с некоторыми особенностями, ученые все же придерживаются утверждения, что люди имеют относительно устойчивые эмоциональные реакции на определенные цвета. Например, тот же красный цвет, по их мнению, действует возбуждающе, а синий, наоборот, успокаивает. Так и в анализируемом материале создатели инфографики используют сначала красный, который возбуждает эмоциональный фон зрителя, а затем включают в изображение голубой, чтобы восстановить состояние аудитории, снять напряжение и успокоить. Итак, можно сказать, что тот конфликт, такой важный в инфографическом материале, авторы программы воплощают в том числе и с помощью цвета.

Таким образом, цвета в визуальном тексте носят определенный код и по-разному оказывают влияние на зрителя, так или иначе поддерживая коммуникацию и удерживая внимание. Голубой цвет в противовес красному успокаивает аудиторию, которая только что получила информацию с семантикой опасности и требует разрядить обстановку. Так, разница в значении клеток кожи, выраженная вербально, находит отражение и в визуальной системе поликодового текста. Если в устной словесной знаковой системе эта семантика передается частично с помощью интонации, то в визуальной части этот процесс реализуется благодаря использованию цвета, учитывая то, что ключевая информация в визуализации передана словесной и цифровой формой. За эмоциональную составляющую кадров в визуализации отвечает именно цветовая гамма, в то время как вербалика внутри инфографики передает исключительно информацию. Эту семантику, присущую цвету, которую удалось выявить ранее, невозможно проследить при расшифровке вербальной части поликодового текста. Значит, визуальная кодовая система рождает новые денотаты и позволяет им вступать в коллаборацию с уже существующими смыслами, приходя в конечном итоге к единому смысловому знаменателю.

Выбор цвета – это, по большей части, творческое индивидуальное решение автора и воплощение его определенного замысла. Использование того или иного цвета и их сочетание несет под собой разное значение и оказывает различное экспрессивное воздействие. Так, цвета, избранные авторами программы для иллюстрирования возраста, приобретают значение авторской модальности. Если при изображении кожи и ее слоев в инфографике используются естественные цвета, не противоречащие реальному миру, то при схематичном отображении возраста клеток авторы имеют свободу в выборе. Значит, именно вышеописанные ассоциации у создателей возникают при наблюдении именно за этими цветами. Их же они задаются целью передать своему адресату. Таким образом, визуальный текст приобретает экспрессивное значение благодаря цвету. Большую роль в этом

играют создатели поликодового текста, выражая свою индивидуальность в материале и демонстрируя отношение к информации.

Определенные цвета, символизирующие то или иное значение в тексте, используются и в инфографическом материале из сюжета «В Австралию за полтора часа: новые проекты в области сверхзвуковых перелетов»¹¹⁷. Показатели отрезков, соответствующих семантике скорости самолета, закрашиваются в разные цвета. Так, скорость обычного самолета символизирует белый цвет, показатель быстроты советского авиационного средства изображается с помощью красного оттенка, а франко-британскому Конкорду относится синий цвет отрезка. В данном случае, как и в ключевом анализируемом материале, тоже используются цвета красный и синий при визуализации определенных явлений. Однако здесь под наблюдение попадают иные семантические значения цветов. Далее будет предпринята попытка сопоставить их со значениями, которые удалось выявить в инфографике о псориазе.

Если в материале, сравнивающем клетки кожи, красный цвет символизирует сигнал об опасности, повреждении, неправильном ходе действий, разрушающие последствия, то в данном случае эта цветовая гамма имеет иное назначение. Во внимании находятся цвета, которые выполняют аттрактивную функцию – привлечения внимания. Красный цвет отрезка соответствует самому быстрому средству передвижения – советскому Ту-144. Информация о скорости его полета занимает ключевое место в ролике, поэтому и в визуальной части авторы компьютерной графики отдают ему центральную позицию, при этом выделяя его показатель красным цветом. Красный цвет – это один из самых ярких оттенков, если не единственный, который заметен издалека и который моментально привлекает взгляд. Именно этой особенности и следуют создатели программы, используя красный цвет в обозначении скорости самолета, который имеет преимущество среди его аналогов, в том числе современных. Это

¹¹⁷ Приложение В.

преимущество становится наиболее явным также и благодаря цвету. Затем на экране появляется модель франко-британского Конкорда, скорость которого обозначается синим цветом. Несмотря на то что каждая шкала имеет подпись с названием самолета и указанием скоростного предела каждого из них, разница между транспортными средствами подчеркивается еще и с помощью использования различных цветов. Относительно красного цвета голубой говорит о нейтральном отношении авторов, однако относительного белого, который символизирует скорость современного самолета, синий цвет выглядит достаточно аттрактивным.

Приписывать цветам анализируемого инфографического ролика только выделительную функцию окажется неверным, потому что они берут на себя и долю экспрессивного значения. Как и в основном рассматриваемом примере, в материале о самолетах идет та же последовательность цветов: красный, а затем голубой. Однако здесь присутствует еще и белый цвет, который зритель видит самым первым на экране. За ним следует красный цвет, который на контрасте с белым, действует возбуждающе, заставляет чувства аудитории пробудиться, ведь это самый быстрый самолет. В данном случае проявляется и смысловыделительная функция цвета, ведь этот кадр является кульминационным в инфографике. Е. Е. Анисимова также большую роль в реализации смысловыделительной функции отдает красному цвету. Она пишет, что этим цветом выделяются наиболее значимые понятия и ключевые названия. Использование красного цвета именно в этой шкале оправдывает также и выбранный тип диаграммы, которая, как уже было описано, делится на два отрезка. Его вторая половина имеет значение сверхзвуковой скорости. Таким образом, показатель скорости Ту-144, выходя за отмеченную границу на середине отрезка, приобретает значение сверхзвуковой скорости. Рождается ощущение того, что самолет движется сверх нормы, что его скорость зашкаливает. Следом появляется голубой цвет и аналогично предыдущему примеру неким образом успокаивает аудиторию, восстанавливает ее эмоциональный фон.

Контраст цветов создает конфликт инфографики, усиливает драматизацию информации и возбуждает экспрессию телевизионного зрителя. Сочетание различных цветов помогает расставить акценты в поликодовом тексте, выделить центр из общих данных. Если вербальная кодовая система управляет эмоциями аудитории с помощью интонации или лексики с субъективно-модальными значениями, то визуальная делает это благодаря своим изначально присущим характеристикам. Визуализация способна изобразить реальный мир человека, управлять его вниманием и воздействовать на внутреннее состояние, в том числе с помощью цветов.

Разница с помощью применения разных цветов достигается и в материале к сюжету «Нарушители инструкций: делаем с техникой то, чего нельзя, и смотрим, что будет»¹¹⁸. Для иллюстрации двух емкостей с жидкостью для мытья посуды создатели используют, соответственно, два различных цвета. Жидкость, в которую, предполагается, добавили машинное средство, окрашена в зеленый цвет, а емкость с ручным средством имеет голубой цвет, который аудитория привыкла воспринимать как цвет воды. Зеленая окраска используется, чтобы показать разницу между объектами сравнения. В данном случае создатели не преследуют какой-либо дополнительной функции. Вместо зеленого могли бы быть, например, и желтый, и оранжевый оттенки.

Как уже выяснилось, визуальный код по сравнению с вербальным знаком способен выразить не все явления действительности, а лишь ту ее часть, что имеет предметную характеристику. Но и для незримых значений слов визуализация выработала свои принципы донесения такой лексики до аудитории в изобразительной форме. Одним из таких средств является метафоризация вербальной составляющей поликодового текста. В работах А. Г. Рапуто, В. Л. Авербуха и С. Н. Панкиной¹¹⁹ визуальная метафора

¹¹⁸ Приложение Б.

¹¹⁹ Приводится по: Горбачева О. Н., Каменева В. А. Визуальные стилистические средства в социальной интернет-рекламе, или зарождение визуальной стилистики текста // Журнал «Политическая лингвистика», № 2 (48). Кемерово: УГПУ, 2014. С. 125

описывается как визуальное представление одного понятия с помощью другого средства, что формирует структуру, которая через графическую форму идентифицирует объект окружающей действительности и несет в себе цель оптимизации понимания изображаемой информации или акцентирования смысловых доминант сообщения. Метафора воспринимается зрителем на основе создаваемой ассоциативной связи между визуальным и вербальным кодом, ведь она включает в себя переносное образное значение.

Так, в инфографике к сюжету «Звездная болезнь: почему медицина до сих пор не может победить псориаз?» прослеживается подобное перекодирование – вербального слова с непредметным значением на визуальный элемент посредством метафоры. Чтобы изобразить сбой в генах, авторы материала представили на экране вращающийся ген, а сбой в нем показали с помощью цвета. Красный оттенок, как уже было сказано выше, для воспринимающей аудитории является неким сигналом разрушения, повреждения, сбоя, поэтому именно в этот цвет окрашивается часть гена. Таким образом, *сбой* как представитель лексики с непредметным значением переносится в невербальный код благодаря метафоризации. Об этом случае можно было бы упомянуть еще при анализе семантики цвета в поликодовом тексте, однако в данном случае речь идет именно о кодировании вербальных знаков в визуальную семиотическую систему. Если в анализе выше цвет порождает новые смыслы в тексте, то здесь осуществляется процесс перехода от абстрактного значения в чувственный мир человека, то есть происходит интерпретация понятий визуальной частью из вербального кода.

Этот же прием используется и в выпуске «Чудо техники» за 1 ноября 2015 года в материале, в котором сравнивают машинные и ручные моющие средства для посуды¹²⁰. В данном случае перед авторами стоит такая же цель – визуализировать сбой, но уже в техническом смысле. *Замыкание* в посудомоечной машинке, которое может возникнуть, по словам ведущего Сергея Малоземова, из-за использования в ней ручных средств, как

¹²⁰ Приложение Б.

очередное слово с непредметной лексикой разработчики показали с помощью визуальной метафоры. Если сбой в организме человека они изображают, применяя красный цвет, то неполадки в технике вспышкой. Так, за изображением машинки показываются две яркие вспышки как знак этого замыкания, как явления, отвечающего контексту.

Такой прием как метафора играет важную роль в научно-популярном тексте, так как она составляет ту понятийную основу, необходимую для поддержания связи между аудиторией и средством массовой информации. Современные исследователи утверждают, что метафора является одним из способов объяснения и познания мира, который переводит понятия на действительность.

Последний рассматриваемый пример инфографики в настоящем исследовании демонстрирует еще одно невербальное средство воздействия на аудиторию, в частности акцентирования ее внимания. Это звуковые эффекты, которые сопровождают изменения на экране. Они тоже играют не последнюю роль в коммуникации и хотя не находятся в пределах системы естественного языка, организуют и структурируют коммуникативный акт.

Например, изображение вспышек в ролике сопровождается коротким звуком, ассоциирующийся с соответствующим звуком вспыхивания чего-либо. Он исполняет роль метатекста, ориентирующего зрителя в пространстве поликодового единства. Подобное же сопровождение вербальной и визуальной информации встречается и в основном анализируемом материале, про псориаз. Звуковой эффект, похожий на нарастание и появление, возникает в кадре, имеющий кульминационное значение для всего ролика. Своеобразный метатекст в виде аудиального средства появляется в тот момент, когда на экране модель больной кожи покрывается красными пятнами. Звук нарастания используется ввиду того, что процесс пигментации приходит в действие из-за движения клеток из нижнего слоя вверх. Таким образом, функцию метатегов в инфографике выполняют звуковые эффекты,

которые акцентируют внимание зрителя на информации, как на вербальной составляющей текста, так и визуальной.

Таким образом, основная часть сведений в поликодовом издании приходится на вербальный текст. Ключевым основанием для этого являются семантические особенности вербалики. Они заключаются в том, что вербальный код в отличие от визуального имеет способности выражать лексику и с идентифицирующим, и предикатным значением. В то время как на долю невербального компонента приходится отображение слов лишь предметного типа. Однако при всей своей ограниченности в изображении определенной лексики, визуализация относительно вербального поликодового компонента показывает и большой спектр возможностей в передаче информации.

Телевизионная инфографика обладает свойством динамичности, что позволяет ей единовременно донести большой пласт данных, в отличие от вербалики, которая преподносит информацию последовательно. Изображение создает полноценный образ и моментально рождает представление у зрителя. Анализ доказывает, что тот объем, который выражается визуально, будучи в вербальной кодовой системе потребовал бы большого количества времени и энергетических затрат у зрителя на восприятие и интерпретацию данных. Анализ материалов показал, что инфографика способна передавать пространственные параметры. «Визуализация пространственной информации является точной и одномоментной и позволяет создать полную и объективную картину, где зафиксированы все детали пространственного расположения предметов. Этим объясняет также одномоментное целое восприятие визуального сообщения, в отличие от восприятия сообщения вербального, «разворачивание» смысла которого требует времени и постепенного движения от начала к концу»¹²¹. По этой причине визуализация представляет

¹²¹ Ариас. А.-М. Поликодовый текст: теоретические и прикладные аспекты: учебное пособие. СПб.: Издательство СПбУУиЭ, 2015. С. 22.

структуру предмета и ее составные части в едином цельном тексте, в чем вербальный текст демонстрирует свою ограниченность. Свойство передачи пространственных данных позволяет визуальной семиотической системе создавать сравнительный контент, в чем убеждает выше проделанный анализ. Такой тип информации, как сравнение и структура, являются неотъемлемой частью научно-популярного издания, в реализации которой ключевую роль играет именно визуальный компонент поликодового текста.

В свою очередь визуализация лишена возможности напрямую изображать такие логические отношения, как отрицание, вопрос или восклицание. Выражение лексики с субъективно-модальным значением берет на себя вербальная составляющая. Если изображение само по себе действует экспрессивно, то в вербальной кодовой системе эта роль ложится на слова с модальной семантикой.

Таким образом, каждый из компонентов поликодового образования участвует в формировании единого смысла текста, тесно сотрудничая между собой. Характеристики визуализации компенсируют возможности вербальной знаковой системы, и наоборот. Свойства одной кодификации заменяют или дополняют черты другой на пути к единственной цели – передаче полной информации и достижении обратной связи.

Визуальная составляющая поликодового текста зачастую не обходится и без вербалики внутри своей кодовой системы. Она либо дублирует основной устный словесный текст, либо предлагает новую дополнительную информацию, которая в вербальной знаковой системе представляет трудность для восприятия. Например, это количественные данные, в частности многозначные цифры, которые в визуальной части считываются телезрителем быстрее. В случае предоставления сравнительных данных цифры наиболее выгодно работают именно в составе визуализации. Тот же эффект внутри невербального текста приобретают названия и аббревиатуры, которые в вербальном компоненте осложняют коммуникацию. Если в

печатном виде они представлены наглядно, то в эфире телевидения сделать их зримыми позволяет инфографика.

Большую роль в формировании смысла текста берет на себя цветовая палитра в инфографике, так как именно зрение является источником восприятия цветов. Использование тех или иных цветов в визуализации имеет семантику субъективной модальности. В ходе анализа выяснилось, что цвет способен сделать акцент на определенных сведениях или, более того, внести новые смыслы в основной текст. Цвет может управлять вниманием, чувствами и эмоциями аудитории таким образом, каким не может этого сделать вербальный комплекс знаков.

Вместе с тем визуализация в научно-популярном издании лишена способности отображать научные понятия, которые являются характерным признаком такого функционального стиля. Причиной данного обстоятельства становится то, что подобная лексика относится к словам с абстрактным значением, то есть с непредметной семантикой, которую визуальная система не может закодировать. Она не имеет того набора кодовых символов, которые обеспечили бы передачу абстрактных понятий. А то, что оказывается подвластно невербальному компоненту, переходит благодаря визуализации из области непредметных значений в сферу реального мира, доступного человеку. Таким образом, процесс восприятия и коммуникации между аудиторией и авторами издания осуществляется быстро и эффективно.

Но такое визуальное средство, как инфографика, вырабатывает некоторые способы для иллюстрирования и непредметного значения лексики, что способствует их интерпретации с точки зрения здравого смысла, в чем и состоит главное преимущество визуализации. Создатели инфографики часто используют метафору, чтобы перевести понятия в предметный мир. Они рассчитывают на личный экстралингвистический опыт зрителя, который позволит интерпретировать ему закодированные данные. Метафоризация информации является одним из эффективных средств передачи научных сведений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Практически вся современная система средств массовой информации представляет собой поликодовый текст. Его использование для достижения эффективной коммуникации с аудиторией является наиболее типичным и востребованным явлением в научно-популярных изданиях. Ведь именно научная информация нуждается в адаптации для массового зрителя или читателя. Потребность аудитории в получении доступного изложения научного материала определяет концепцию издания в целом и его речевую концепцию в частности. Именно научно-популярный поликодовый телевизионный текст представляет интерес в данной работе и выступает объектом исследования.

Сегодня адресат массмедиа все чаще стремится к экономии времени и средств при получении информации, поэтому сочетание вербальных средств с невербальными становятся основой для создания любого медийного текста, в том числе научно-популярного. Перед исследованием была поставлена следующая цель: описать и проанализировать процесс формирования содержания научно-популярного поликодового текста. Изучению подверглись приёмы формирования содержания научно-популярного текста при помощи вербальных и инфографических компонентов, которые выступили предметом данной работы.

Для достижения цели исследования был решен ряд задач, из которых первоочередной стала уточнить содержание используемых в работе понятий. В ходе изучения теоретической базы стало ясно, что в аспекте семантики текст не ограничивается лишь вербальной составляющей, он представляет собой осмысленную цепочку знаков различных семиотических систем. Таким образом, вербальная и визуальная системы – тексты с собственным набором кодов. В то же время, сливаясь воедино, эти два компонента тесно взаимодействуют между собой и формируют общий смысл, образуя единый полноценный текст, который именуют поликодовым. Это текст, который

построен на основе семиотически гетерогенных составляющих – вербального текста в письменной или устной форме и визуального текста.

Перед авторами познавательных СМИ стоит задача в доступной форме рассказать обывателю о работе техники, человеческого организма, природных явлениях и т. д. По этой причине инфографика, которая сегодня уже является частью многих изданий, становится востребованной и в научно-популярных СМИ. Использование невербальных знаковых систем позволяет более легко адаптировать научную информацию к здравому смыслу.

Эмпирической базой для анализа послужил поликодовый текст научно-популярного издания – телевизионной программы «Чудо техники». В ходе исследовательской деятельности было выявлено, что приемы перекодировки того, что обозначено теми или иными вербальными знаками, с помощью знаков визуальных зависят от типа языковых значений. Слова с предметным значением непосредственно соотносятся с элементами чувственно воспринимаемого мира, что позволяет естественным образом создать визуальный аналог того, что обозначено вербально. Лексику с не предметным значением, напротив, визуализировать достаточно сложно, а в каких-то случаях даже невозможно. Это слова-понятия, которые имеют абстрактное значение, от чего их смысл нельзя перевести в визуальную семиотическую систему.

Анализ поликодового текста показал, что вербальная составляющая в инфографическом материале преобладает. Научные понятия и лексика с субъективно-модальным значением – изображение этой лексики ложится на вербальную составляющую поликодового текста, реализацию чего не способна взять на себя инфографика. Вместе с тем визуальный код продемонстрировал и обширные возможности в передаче данных по сравнению с вербальным текстом.

Визуализация способна передавать пространственные параметры, моментально создавать образ предмета и вызывать соответствующее представление у зрителя. Благодаря своим характеристикам инфографика

способна подать информацию в сравнении и представить структуру предмета.

Проделанный анализ также породил вывод о том, что визуальный текст позволяет донести количественные данные, названия и обозначения более доступным способом, нежели вербальный знак, особенно в условиях экранного канала передачи информации. Также инфографика способна передать или создать новые смыслы в сознании адресата благодаря семантике цвета.

Практическое исследование позволило обнаружить некоторые приемы инфографики в изображении непредметных значений. Например, для передачи смысла слов с непредметным значением используется визуальная метафора. С той же целью применяются диаграммы, позволяющие сделать результат сопоставления тех или иных данных более наглядным. Преимущественные качества инфографики также прослеживаются в ее свойстве предоставлять дополнительную информацию, которой не оказалось в вербальном символе. Но достаточный объем вербальной информации остается в рамках обычного устного текста и не подвергается кодированию в иную знаковую систему.

Так, метод описательного и сравнительного анализа материала убеждает в том, что визуальные и вербальные компоненты составляют единый цельный текст и формируют общий смысл. Работа заключена в комплексном рассмотрении двух кодов без отрыва друг от друга. Исследование позволяет утверждать, что вербалика и инфографика тесно взаимосвязаны между собой. То, что зритель не получает из вербального текста, он получает из инфографики, и наоборот. Так, содержание научных терминов и факты передает вербальная составляющая, а визуальная – адаптирует их к здравому смыслу.

БИБЛИОГРАФИЯ

Список литературы

1. Айтмуханова Г. Ш. Стратегии интерпретации немецких научно-популярных текстов (грамматический аспект): дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04./ Г. Ш. Айтмуханова/ Моск. гос. лингв. ун-т. М., 1997.
2. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М.: Издательский центр «Академия», 2003.
3. Ариас. А.-М. Поликодовый текст: теоретические и прикладные аспекты: учебное пособие. СПб.: Издательство СПбУУиЭ, 2015.
4. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд. М.: Языки русской культуры, 1999.
5. Баранова И. И. Функциональные особенности научно-популярных текстов: На материале подъязыка физики: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / И. И. Баранова / РУДН. М., 1995.
6. Барлас Л. Г. Русский язык. Стилистика: пособие для учителей / Л. Г. Барлас. М.: Просвещение, 1978.
7. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: РИП-Холдинг, 2003.
8. Богданова Л. И. Стилистика русского языка и культура речи: Лексикология для речевых действий: учебное пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011.
9. Болховитинова С. М. Композиция издания: особенности проектирования различных типов изданий. М.: Изд-во МГУП, 2000.
10. Большакова Л. С. О содержании понятия «поликодовый текст» // Вестник СамГУ. №4 (63), Самара: СамГУ, 2008.
11. Брандес М. П. Стилистика текста. Теоретический курс: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004.

12. Валгина Н. С. Теория текста: учебное пособие. М.: Логос, 2003.
13. Воробьева Е. В. К вопросу о взаимодействии вербальных и визуальных средств в креолизованном тексте // Известия ВГПУ. Волгоград, №10, 2009. С. 54-58.
14. Воронцова Т. А. Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля) // Вестник Челябинского государственного университета, № 6 (335). Сер.: Филология. Искусствоведение. Вып. №88. Челябинск, 2014. С. 38-42.
15. Гвоздев А. Н. Очерки по стилистике русского языка. М: URSS, серия «Лингвистическое наследие XX века», изд. 5, 2009.
16. Гнедько Т. Н. Функционально-стилевой статус научно-популярного текста // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Сер.: Філологічні науки. Кн. 2, 2014. С. 47-52.
17. Гончар И. А. Вербализация инфографики: специфика текстообразования: (на материале видеogramм «Россия в цифрах») // Филологический класс, №2 (40), Екатеринбург, 2015.
18. Гончар И. А. Несплошной текст: медийная видеogramма и ее лингвистический компонент // Динамика языковых и культурных процессов в современной России: Материалы IV Конгресса «РОПРЯЛ», проходящего в рамках I Педагогического форума «Русский язык в современной школе» (Сочи, 1-2 ноября 2014 года) / Редкол.: К. А. Рогова, Г. М. Васильева, Д. А. Щукина и др. Т. 1, СПб.: «РОПРЯЛ», 2014.
19. Горбачева О. Н., Каменева В. А. Визуальные стилистические средства в социальной интернет-рекламе, или зарождение визуальной стилистики текста // Журнал «Политическая лингвистика», № 2 (48). Кемерово: УГПУ, 2014. С. 124-127.
20. Грызулина А. П. Чтение научно-популярной литературы в старших классах средней школы: автореф. дис. ... канд. пед. наук / А. П. Грызулина / М., 1966.

21. Журналистика сферы досуга : учебное пособие / Под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2012.
22. Инфографика // Глоссарий маркетинга и рекламы. Интернет-издательство «АртВебМедиа». URL: artwebmedia.ru/glossary/definit/infographics/?n=745&q=352 – 10. 03. 2016 г.
23. Инфографика // Свободная энциклопедия «Википедия». URL: ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0#cite_note-Smiciklas-2 – 10. 03. 2016 г.
24. Кислицина С. В. Лингвостилистические средства научно-популярного изложения: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / С. В. Кислицина / Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. Мориса Тореза. М., 1984.
25. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. 3-е изд. М., 1993.
26. Колеватов В. А. Социальная память и познание. М.: Мысль, 1984.
27. Коньков В. И. О двух разновидностях газетно-журнальной речи // Стереотипность и творчество в тексте: Межвуз. сб. научн. Трудов. Вып. 9 (по материалам Междунар. научн. конф.) / Отв. ред. М. П. Котюров; Перм. у-нт. Пермь, 2005. С. 111-115.
28. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М.: МГУ, 1971.
29. Костомаров В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной стилистики. М., 2005.
30. Кротова А. Г., Басырова А. Е. Инфографика как особый вид креолизованных текстов (лингвистический аспект) // И. А. Бодуэн де Куртенэ и мировая лингвистика: междунар. конф.: V Бодуэновские чтения: тр. и матер.: в 2 т. / под общ. ред. К. Р. Галиуллина, Е. А. Горобец, Г. А. Николаева. Казань: Издательство КФУ, т. 2, 2015. С. 163-165.

31. Кубрякова Е. С. Типы языковых значений. Семантика производного слова. М.: Наука, 1981.
32. Культура русской речи: учебник / Под ред. Л. К. Граудиной, Е. Н. Ширяева. М., 2001.
33. Лазаревич Э. А. Искусство популяризации науки. М.: Наука, 1978.
34. Лайкова Я. В. Инфографика в российских СМИ: периодизация и тренды развития. // Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова «Медиаскоп». №2. М.: МГУ, 2015. URL: www.mediascope.ru/node/1712 – 06.03.2016 г.
35. Лайкова Я. В. Инфографика в СМИ разного типа // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. №4. М.: МГУ, 2014. С. 41-53.
36. Лихачёв Д. С. Связь всех связей: о месте филологической науки в системе современных знаний // Литературное обозрение, 1979. № 1. С. 36-37.
37. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров: человек — текст — семиосфера — история. М.: Языки русской культуры, 1996.
38. Маевский Н. Н. Особенности научно-популярного стиля: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Н. Н. Маевский / Ростовский государственный университет. Ростов-на-Дону, 1978.
39. Мечковская Н. Б. Семиотика. Язык. Природа. Культура: учебное пособие. 2-е изд., испр. М.: Издательский дом «Академия», 2007.
40. Минакова Н. А. О языке и стиле научно-популярного текста // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. №4. М.: РУДН, 2011.
41. Митрофанова О. Д. Научный стиль речи. Проблемы обучения. М.: Русский язык, 1985.
42. Налимов В. В. Разбрасываю мысли. В пути и на перепутье. М.: Прогресс-Традиция, 2000.
43. О проекте / «Еда живая и мертвая». ООО «СТВ». URL: <https://eda.show/about/> – 26.02.2017 г.

44. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд. доп. М.: ООО «А ТЕМП», 2006.
45. Позднякова Н. В. Метафора в научно-популярном стиле: дисс... канд. филол. наук: 10.02.04 / Н. В. Позднякова / БГПУ им. М. С. Ольминского. Белгород, 1995.
46. Редакторская подготовка изданий: Учебник. Под ред. С. Г. Антоновой. М.: МГУП, 2002.
47. Речь // Свободная энциклопедия «Википедия». URL: ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D1%87%D1%8C – 15. 11. 2015 г.
48. Розенталь Д. Э. Практическая стилистика русского языка: учебник. М., 1987.
49. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителя. 3-е изд. испр. и доп. М.: Просвещение, 1985.
50. Силанов Н. А. Информационная графика в современной визуальной культуре // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. №3. М.: МГУ, 2010.
51. Словарь русского языка в 4-х томах. М.: Русский язык, 1999. Т. 4.
52. Смикиклас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений. СПб.: Питер, 2014.
53. Смирнова Е. А. Инфографика в системе журналистских жанров // Вестник ВолГУ. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. №11. Волгоград, ВолГУ, 2012. С. 92-96.
54. Соловьева Т. В. Инфографика в медийном и учебном текстах // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. №57. Великий Новгород: НовГУ, 2010. С. 76-79.

55. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука. 1990.
56. Стегер Л. В. Средства выражения экспрессивности в научно-популярном тексте (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 «Германские языки» / Л. В. Стегер. М., 1990.
57. Стельмашук А. Функционирование вопросительных предложений в научно-популярном стиле: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04./ А. Стельмашук. Л., 1987.
58. Степанов А. В. Проблемы стиля научно-популярной литературы // Вопросы стилистики. М.: МГУ, 1966.
59. Стилистика как речеведение: сборник научных трудов славянских стилистов, посвященный памяти профессора М. Н. Кожинной / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М.: ФЛИНТА, 2013.
60. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006.
61. Тимофеева Т. А. Некоторые речевые приемы популяризации в научно-популярной литературе: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Т. А. Тимофеева. Краснодар, 1969.
62. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, т. 4, 1940.
63. Троянская Е. С. Особенности жанров научной литературы и отбор текстов на разных этапах обучения научных работников иностранному языку // Функциональные стили. Лингвометодические аспекты. М.: Наука, 1985.
64. Увидел и понял. Инфографика с Андреем Скворцовым. 2012. URL: http://www.youtube.com/watch?v=IJa-gF11_M4 – 28. 02. 2015 г.

65. Фудель Н. С. Научно-популярный жанр / Н. С. Фудель, А. Н. Васильева // Вопросы стилистики в преподавании русского языка иностранцам. Под ред. А. Н. Васильевой. М.: МГУ, 1972.
66. Хакимова Л. Г. Научно-популярный стиль в русском и испанском языках (на материале текстов научно-популярных биографий): автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Л. Г. Хакимова. М., 1993.
67. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
68. Шмелёв Д. Н. Современный русский язык: Лексика русского языка. М., 1977.

Список источников

1. Чудо техники. Выпуск от 11 октября 2015 года. НТВ.
2. Чудо техники. Выпуск от 18 октября 2015 года. НТВ.
3. Чудо техники. Выпуск от 1 ноября 2015 года. НТВ.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Расшифровка видеоинфографики к сюжету

«Звездная болезнь: почему медицина до сих пор не может победить псориаз?»

Телепередача «Чудо техники», телекомпания НТВ, выпуск от 18 октября 2015

Таблица А.1.

Вербальный звуковой ряд	Визуальный ряд	Звуковой ряд
По какой-то причине/ вроде того как при раке/ только не так сильно/ нарушается жизненный цикл клеток кожи//	<p>В левой половине экрана следующее изображение: вокруг своей оси вращается куб, представляющий собой модель участка кожи, над которым располагается подпись «здоровая кожа».</p> <p>Кожа на срезе представляет собой несколько слоев:</p> <ul style="list-style-type: none">– самый нижний желтого цвета имеет нечеткую, хаотичную границу, которая отделяет его от следующего слоя;– средний слой нежно розового оттенка занимает самую	

	<p>большую часть куба, состоит из мелких ячеек округлой формы, размер которых уменьшается ближе к верхнему слою. Более крупные ячейки, расположенные внизу, имеют в центре небольшое ядро темно-коричневого цвета. Все ячейки слоя движутся по направлению вверх;</p> <ul style="list-style-type: none">– верхний слой окрашен в цвет светлой кожи человека, имеет неровную поверхность и относительно четкую границу со средним слоем; <p>В правой части экрана появляется вторая модель которая состоит из аналогичных слоев:</p> <ul style="list-style-type: none">– нижний слой имеет более темный желтый цвет;– нижние ячейки среднего слоя имеют более темный цвет, почти красный;– поверхность верхнего слоя имеет едва отличимый от левого темный оттенок (Рисунок А.1.).	
--	---	--

Продолжение таблицы А.1.

они выходят на поверхность незрелыми/	Над кубом с правой стороны появляется подпись «кожа с псориазом». Ячейки среднего слоя в том и другом кубе начинают двигаться вверх. При этом движение ячеек в модели «кожа с псориазом» более активное, чем в «здоровой коже». Ячейки приобретают еще более темный цвет, почти красный (Рисунок А.1.).	
в возрасте	Более мелким шрифтом – между двумя моделями кожи – появляется подпись «возраст клеток» (Рисунок А.2.).	
всего четырех дней/	В центре, ближе к модели «кожа с псориазом», образуется круг красного цвета, заключающий в себе подпись «4 дня». От окружности отходит линия к пораженной клетке (Рисунок А.3.).	
а не двадцати восьми дней/ как	Справа от красного появляется голубой круг – «28 дней»	

положено//	– и соединяется линией со здоровой клеткой (Рисунок А.4.).	
это и образует сухие красные зудящие бляшки//почему клетки начинают так себя вести/ для науки пока загадка//	Верхний слой «кожи с псориазом» постепенно покрывается темными пятнами красного цвета. Изображение исчезает с экрана (Рисунок А.5.).	звук появления, нарастания
считается/ что сбой	Появляется окружность, в рамках которой вращаются две цепочки, которые направлены противоположно относительно друг друга и закручены в спираль. Перпендикулярно цепочкам располагаются линии, которые находятся между двумя цепочками и соединяют их. Так, образуется модель двойной спирали ДНК человека (Рисунок А.6).	
Запрограммирован в генах ответственных за иммунитет кожи//	Центральный участок модели ДНК с эффектом вспышки приобретает красный цвет (Рисунок А.7.).	

Интонация

Голос ведущего всегда уверенный, заставляет зрителя сконцентрировать свое внимание на информации благодаря оправданным ударениям, паузам и темпу речи. Сергей обладает приятным по звучанию и внушающим доверие голосом. Он говорит со средней громкостью. В речи ведущего отсутствуют дефекты. Своей интонацией он чаще всего старается убедить слушателя, однажды использует вопросительное интонирование. За кадром создается образ уверенного, опытного, осведомленного специалиста. Часто ему приходится использовать паузацию и делать ударения с целью акцентирования внимания аудитории на ключевом слове или фразе. Нередко Сергей Малоземов сбавляет темп речи дабы усилить воздействующий эффект информации. Относительно реже он использует убыстрение темпа – в завершении фразы.

Музыкальный ряд

Музыкальный ряд, проигрываемый во время демонстрации инфографики, отличается от музыкального сопровождения всего сюжета. Телезритель слышит монотонный ритмичный звук с единым средним темпом, который походит на звук хода часовых стрелок. Подобный звуковой ряд позволяет сконцентрировать внимание слушателя на передаваемой информации и транслируемом изображении. На фоне звукового ряда, напоминающего движение часов, появляется протяжная с низким темпом загадочная мелодия. Она также заставляет аудиторию прислушаться к словам ведущего и примкнуть к экрану.

Рисунок А.1.

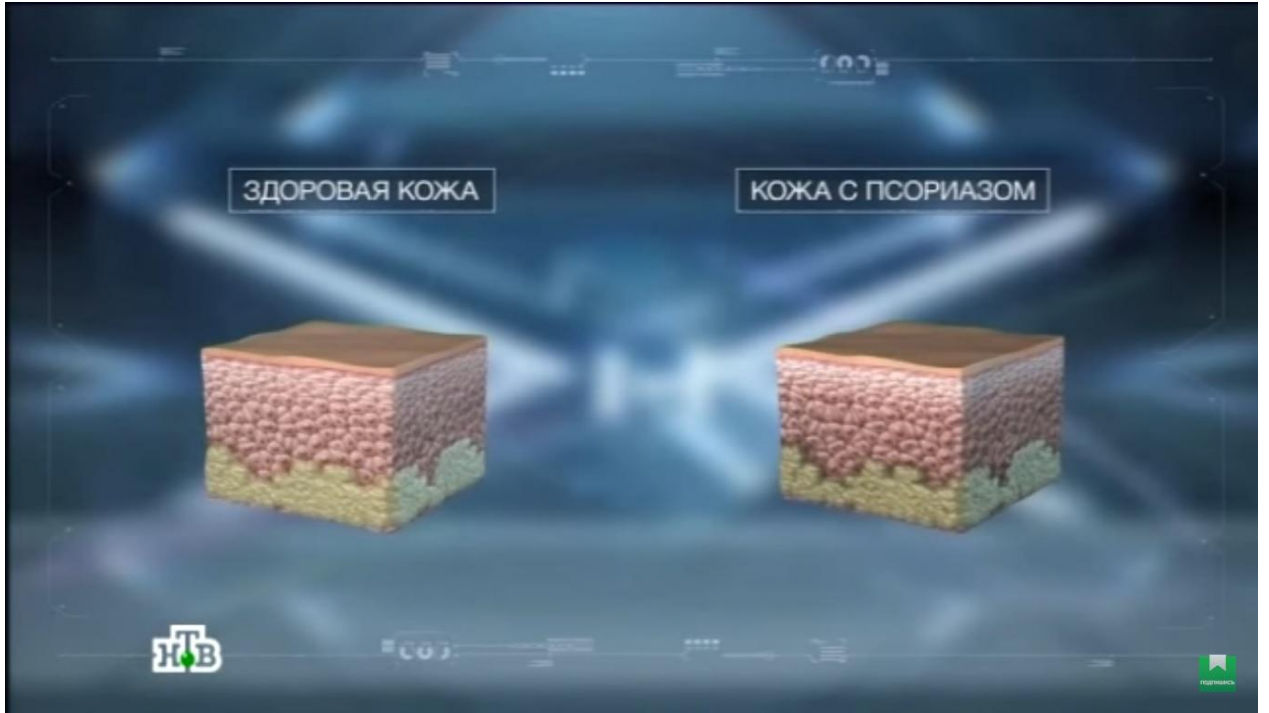


Рисунок А.2.

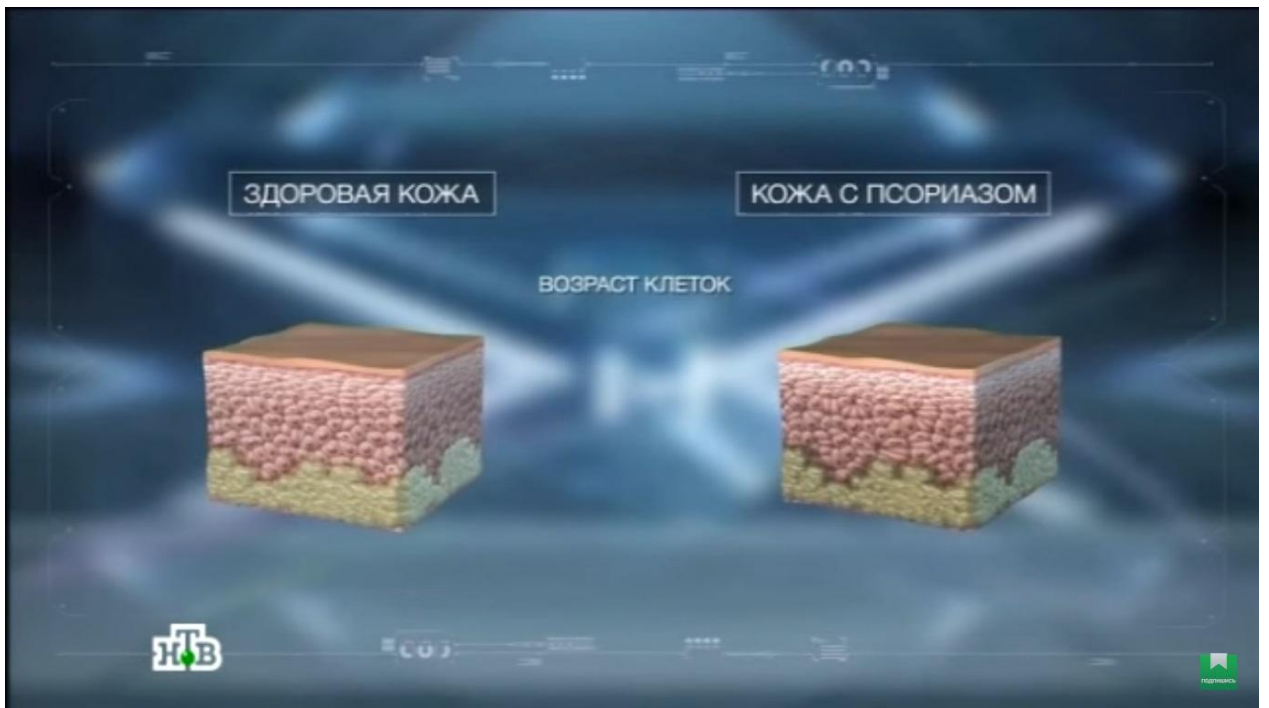


Рисунок А.3.

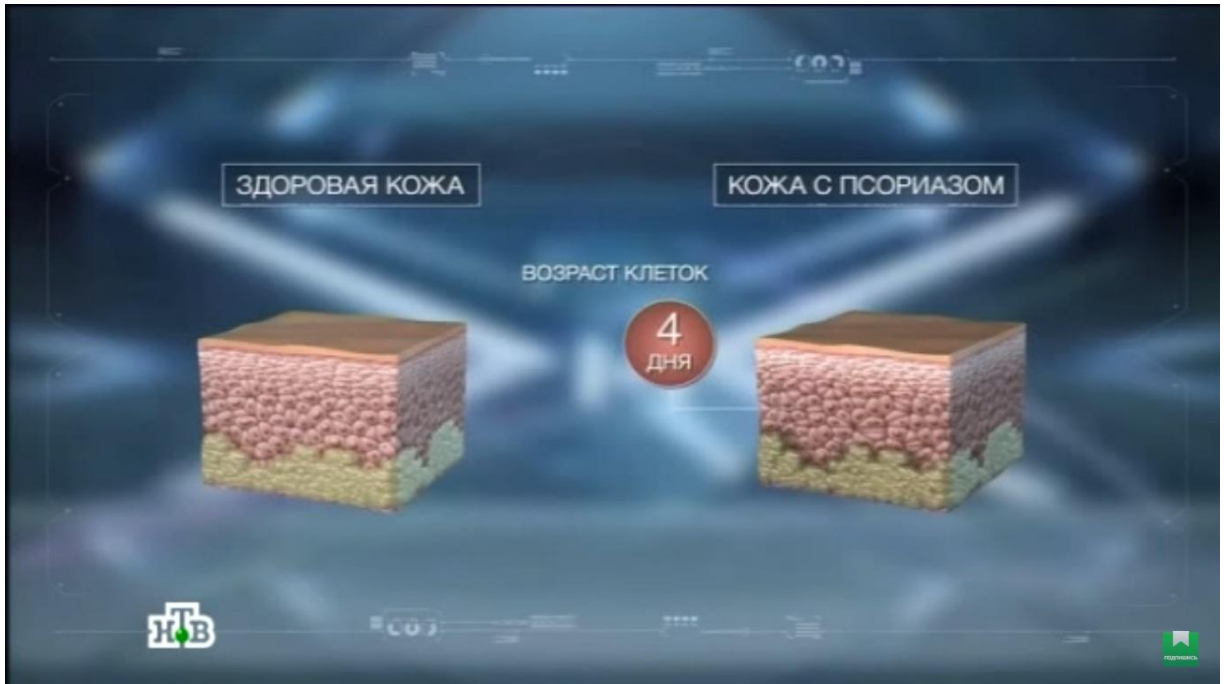


Рисунок А.4.

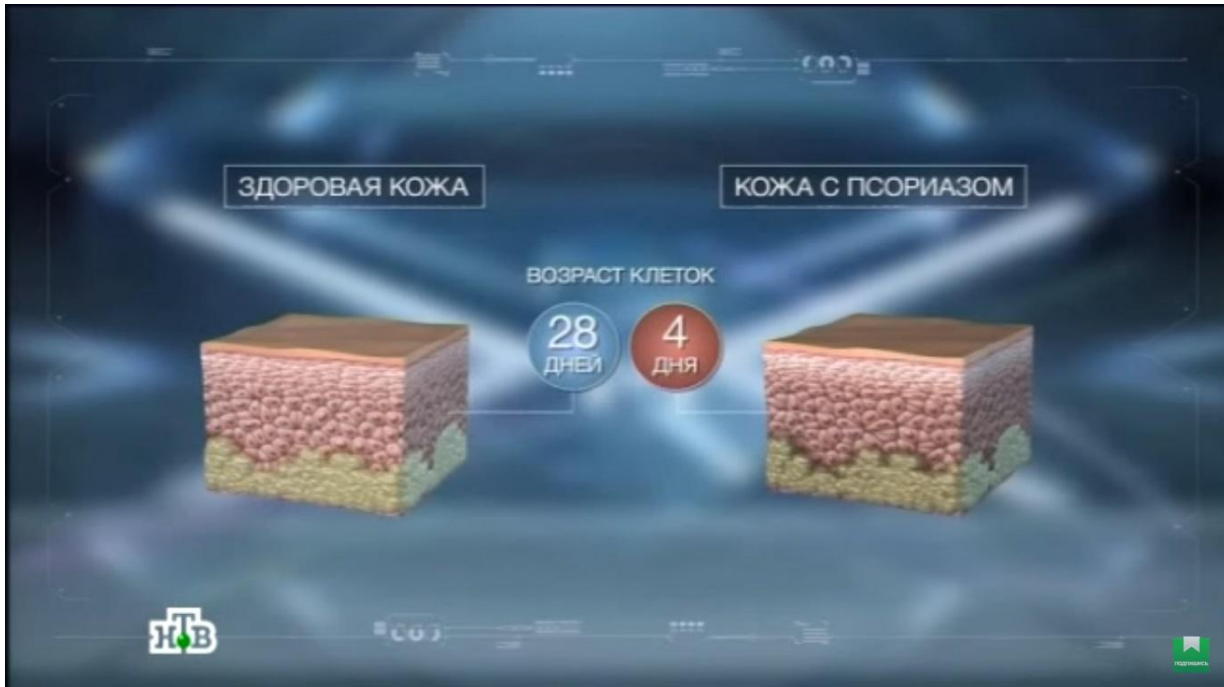


Рисунок А.5.



Рисунок А.6.

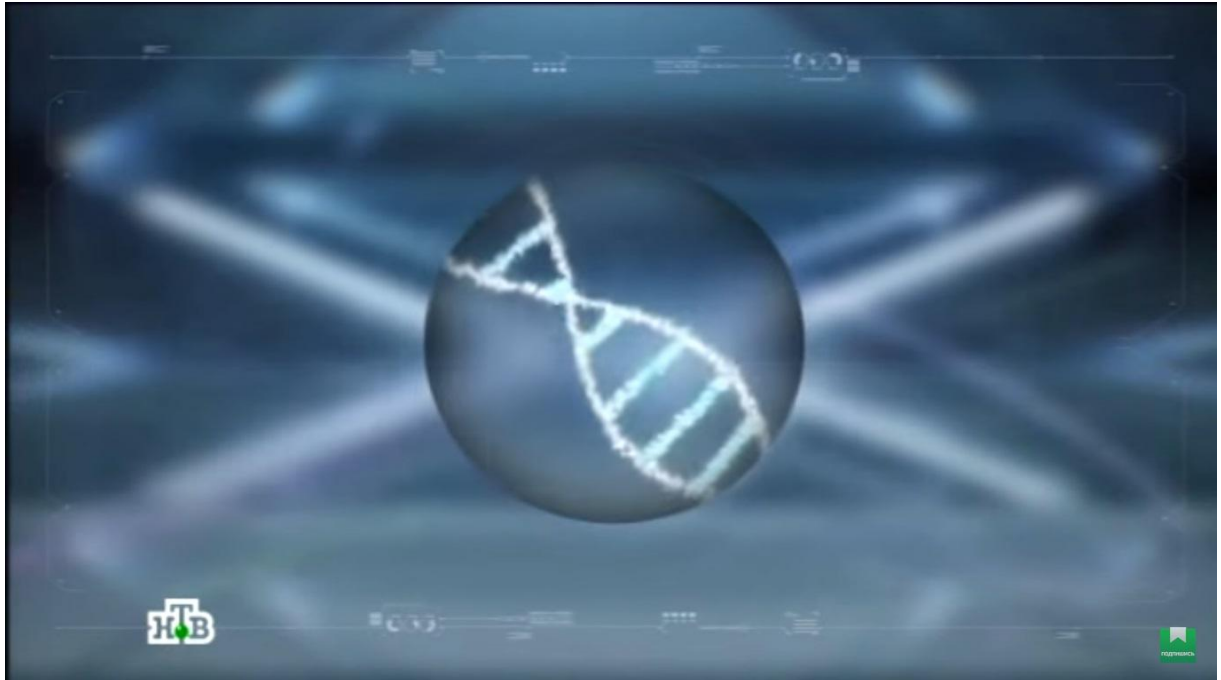
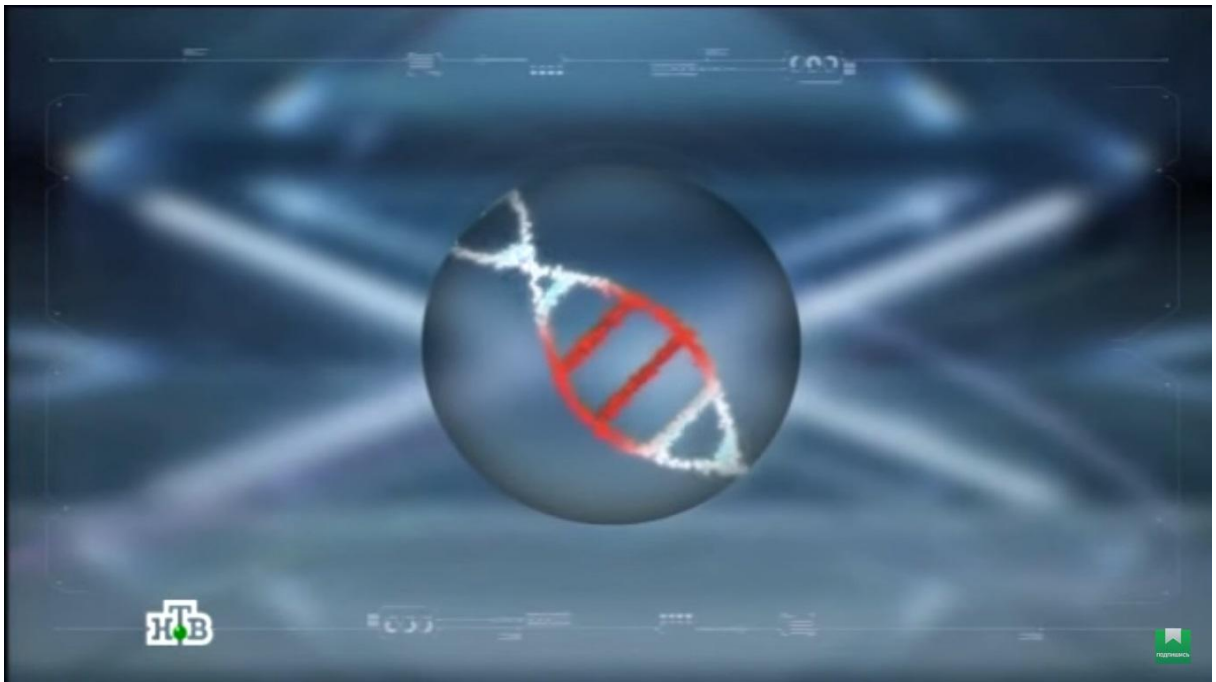


Рисунок А.7.



Приложение Б

Расшифровка видеоинфографики к сюжету

«Нарушители инструкций: делаем с техникой то, чего нельзя, и
смотрим, что будет»

Телепередача «Чудо техники», телекомпания НТВ, выпуск от 1
ноября 2015

Таблица Б.1.

машинные расщепляют	В левой части экрана изображена прозрачная емкость с зеленой жидкостью, которая бьется о стенки сосуда. Слева от него большая упаковка зеленого цвета с красной крышкой и ручкой. В правой половине располагается аналогичный прозрачный сосуд с жидкостью голубого цвета. Справа находится прозрачная с серым оттенком упаковка с дозатором белого цвета. Над обоими сосудами с жидкостью повисли белые тарелки, частично покрытые желтым налетом (Рисунок Б.1.).
грязь при помощи ферментов/	Тарелка наполовину погружается в первую емкость (Рисунок Б.2.).
которые успевают подействовать	Погруженная часть тарелки в жидкость начинает постепенно сбрасывать желтый налет и приобретать белый цвет (Рисунок Б.3.).
во время замачивания с нагреванием/	Тарелка постепенно вынимается из сосуда и вновь повисает над емкостью (Рисунок Б.4.).
а жидкие ручные действуют пенной /	Тарелка над емкостью в правой половине экрана аналогично не до конца опускается в жидкость, которая с большой скоростью образует множество пузырей. Часть тарелки также становится белого цвета (Рисунок Б.5.).
которая в машинке совсем не нужна//	Тарелка поднимается из сосуда и занимает свое изначальное положение над емкостью (Рисунок Б.6.).
мало того что зальет пол в квартире/ так еще и может попасть в электронный блок машинки/	С экрана исчезают изображения двух сосудов с тарелками. В центр экрана выезжает посудомоечная машина серого цвета. Открывается дверь посудомоечной машины, которая постепенно вращается по часовой стрелке. Выдвигаются полки

		с посудой, от которой исходят пузыри. На дне машины образуется лужа, которая постепенно увеличивается (Рисунок Б.7.).
устроив замыкание//	там	За посудомоечной машиной возникает две яркие вспышки . Лужа прекращает увеличиваться (Рисунок Б.8.).

Рисунок Б.1.

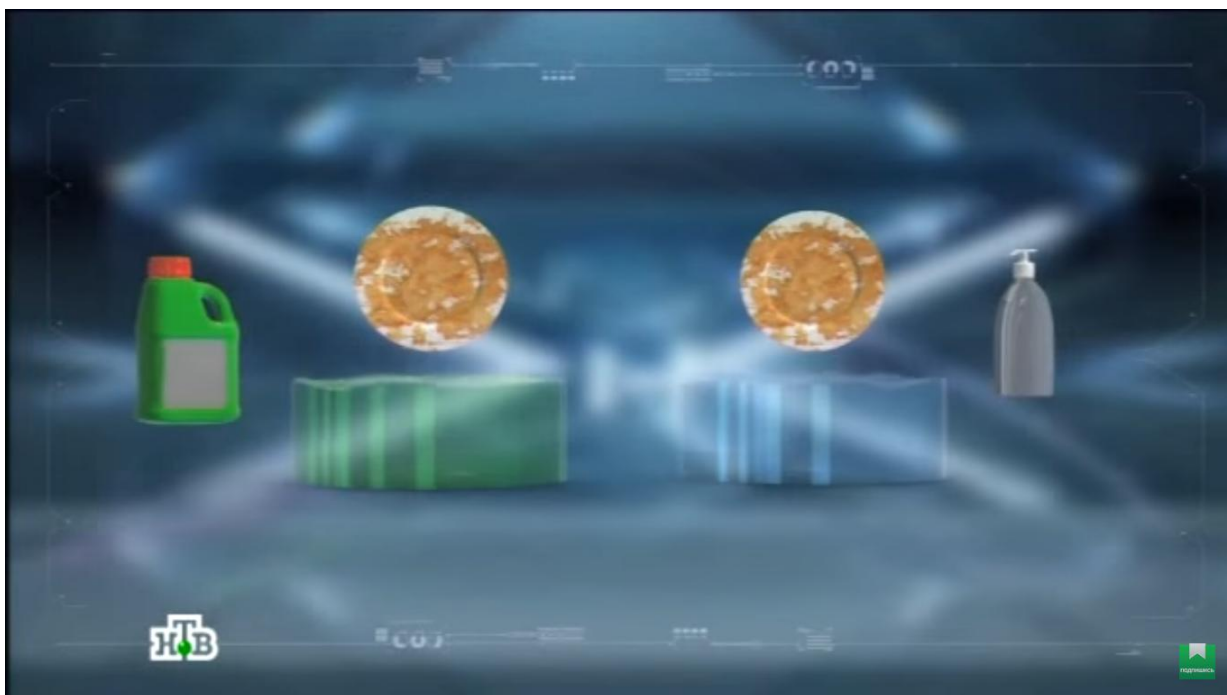


Рисунок Б.2.

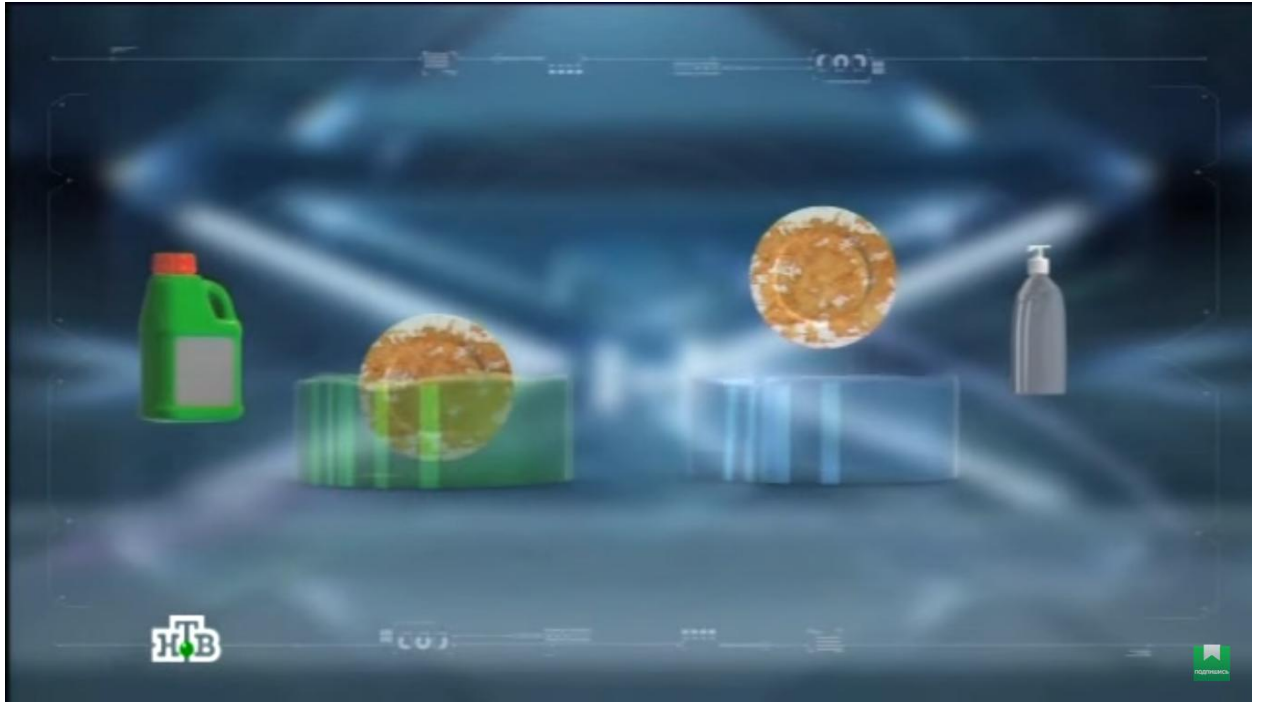


Рисунок Б.3.

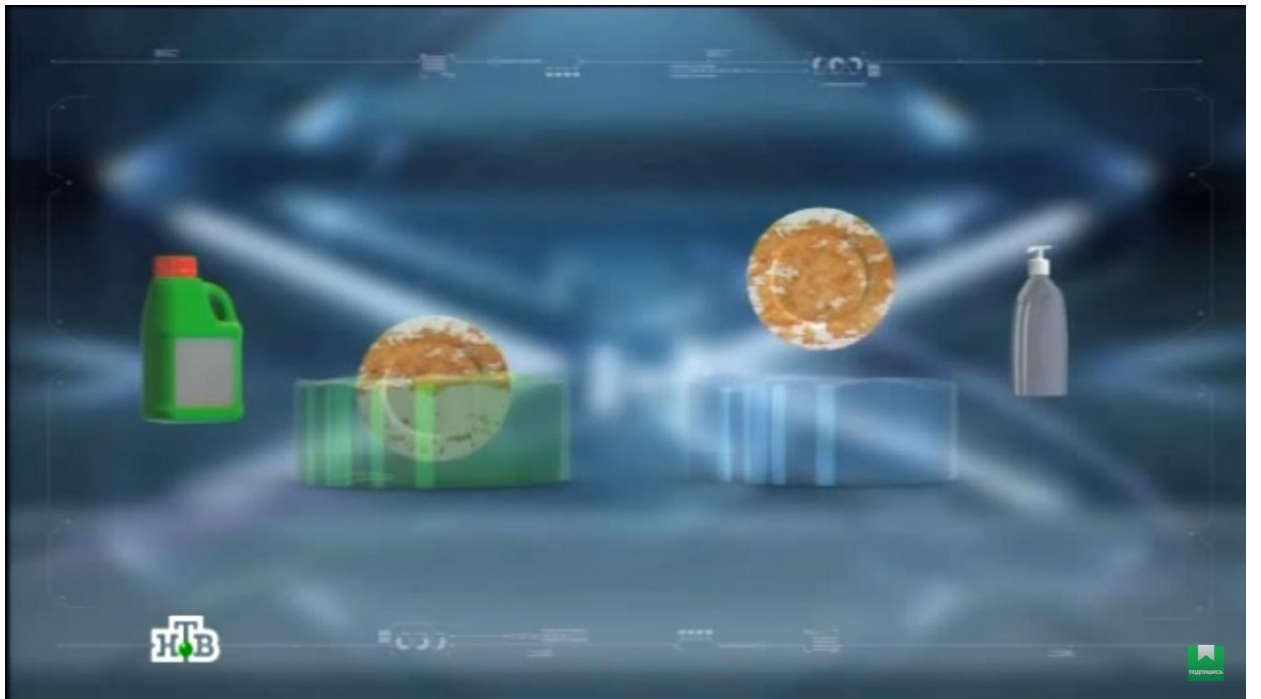


Рисунок Б.4.

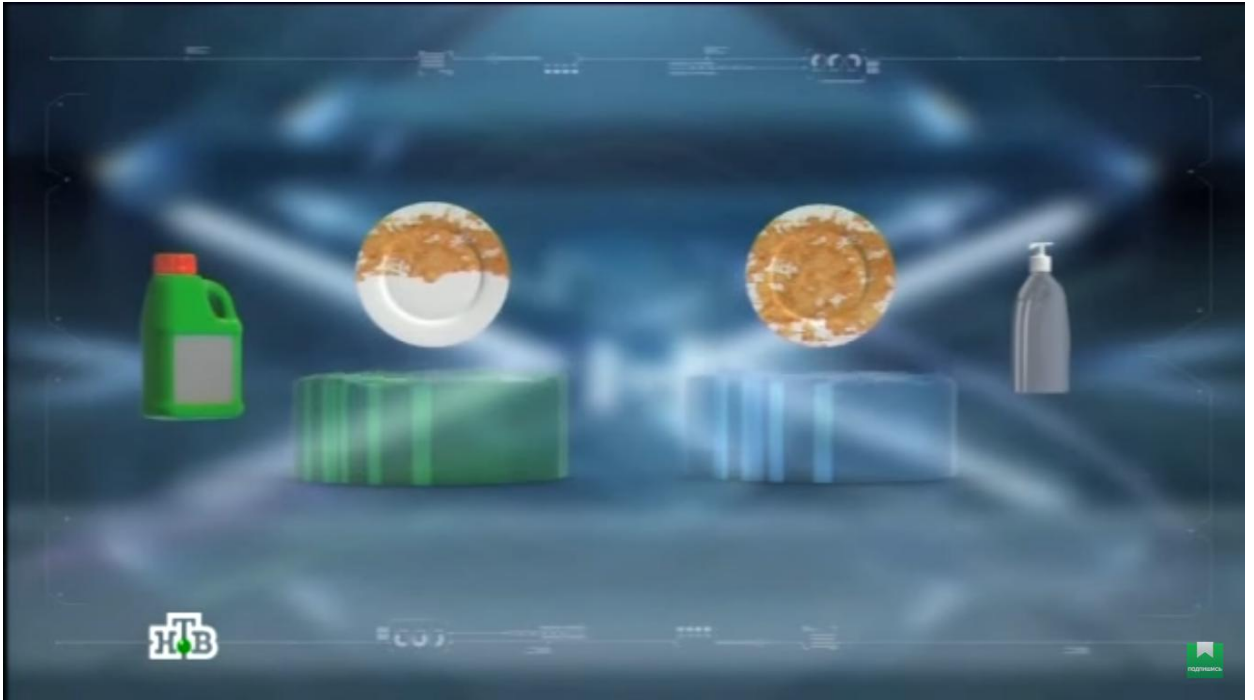


Рисунок Б.5.

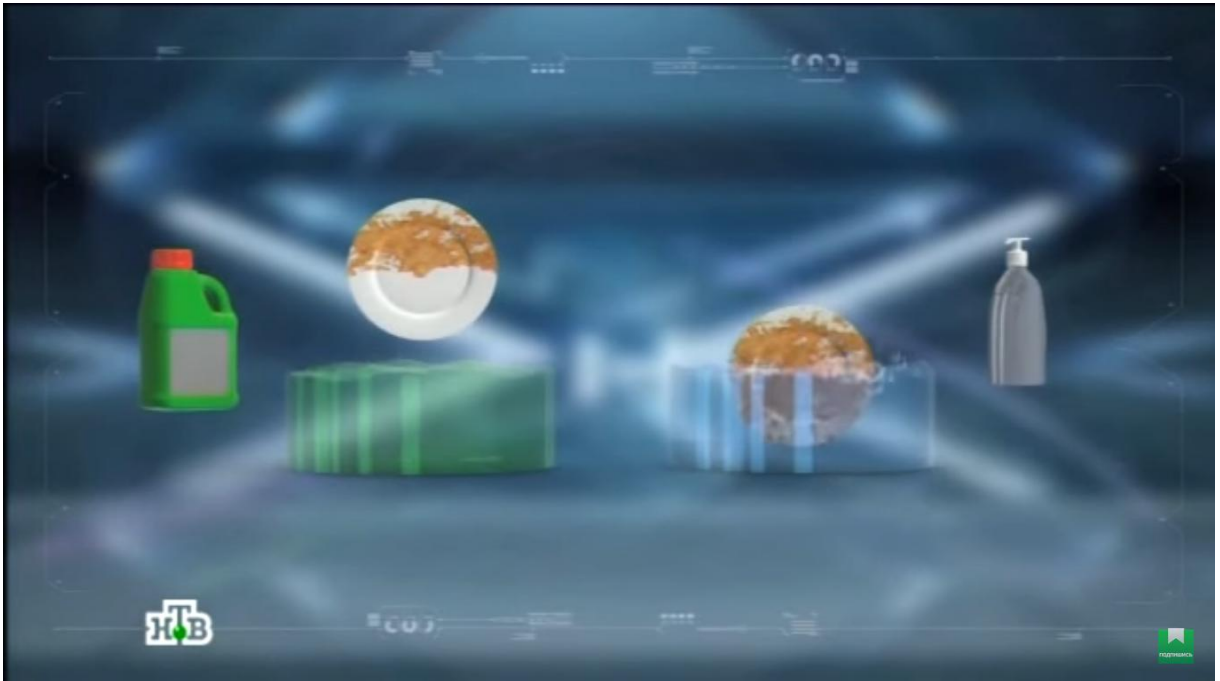


Рисунок Б.6.

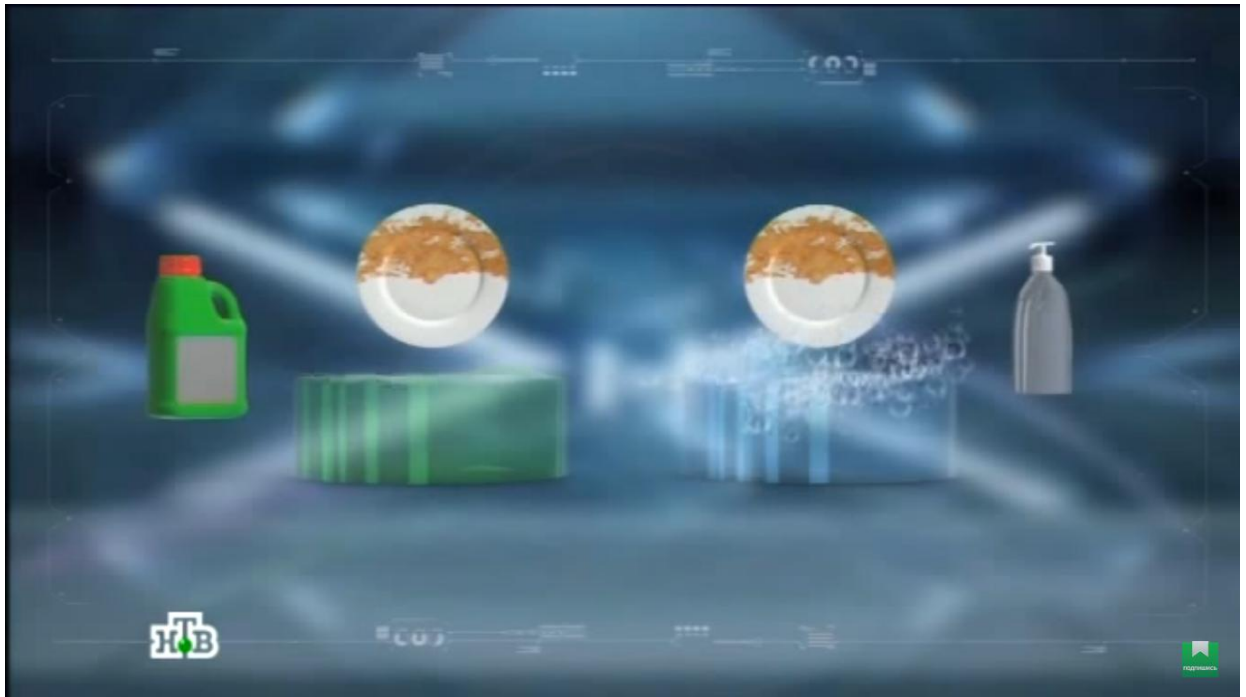


Рисунок Б.7.

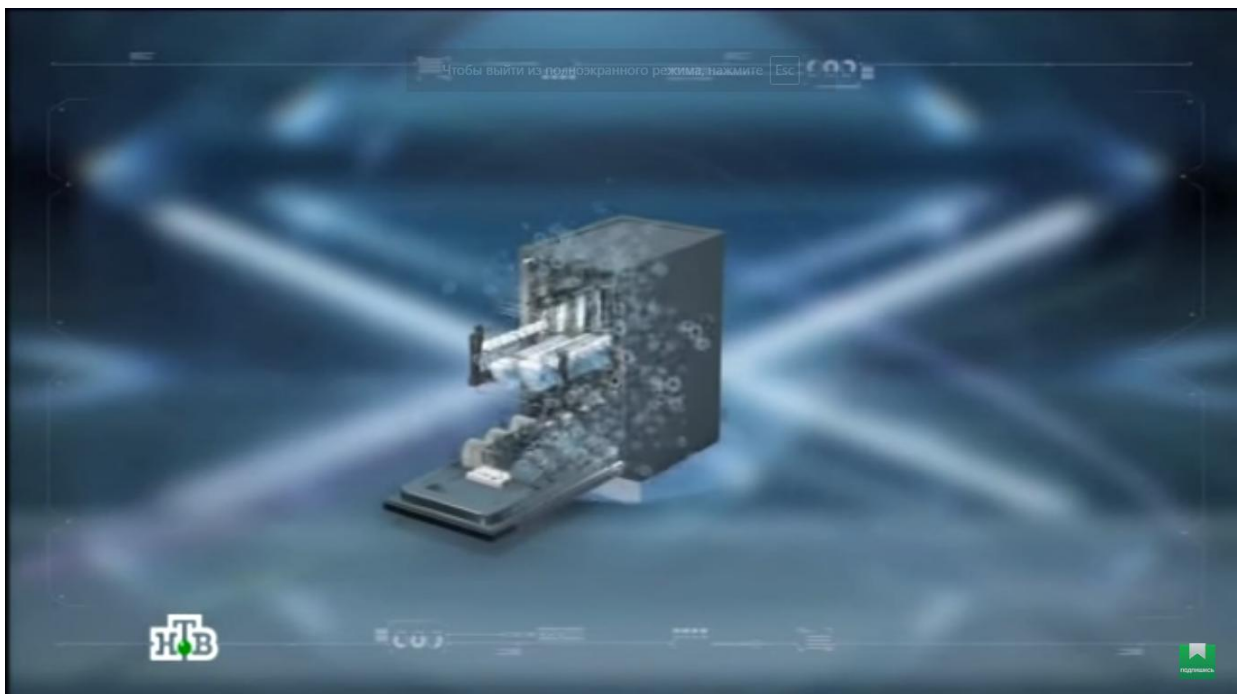
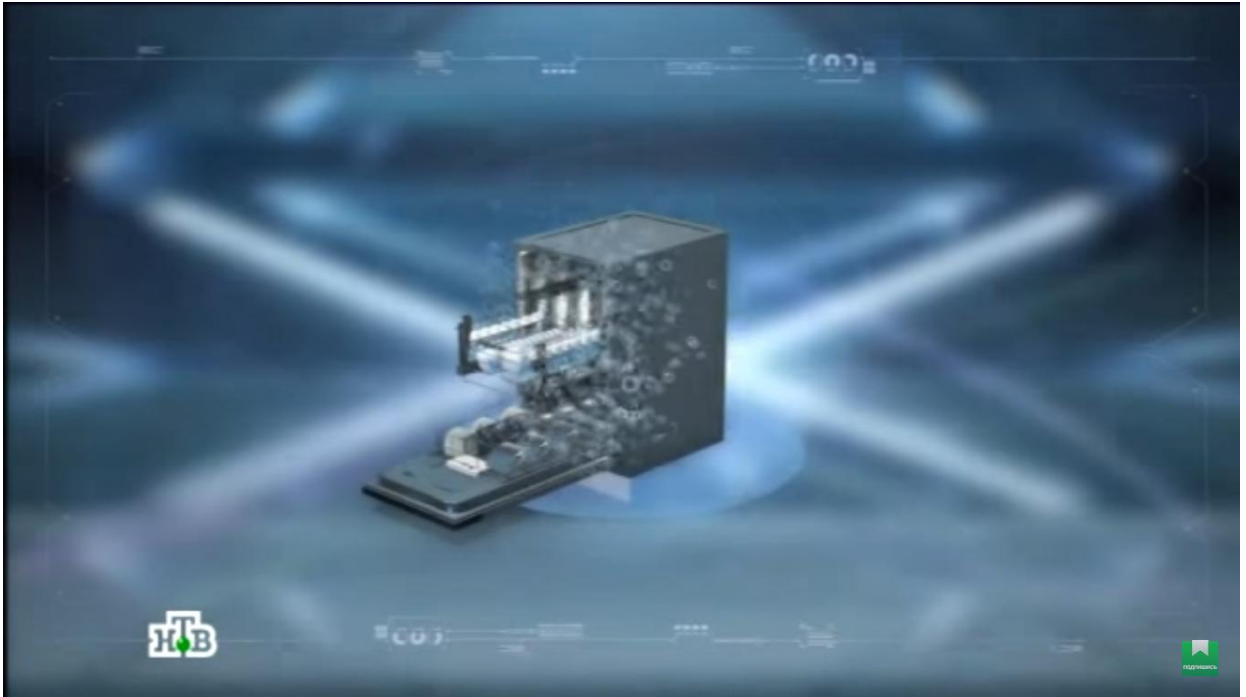


Рисунок Б.8.



Приложение В

Расшифровка видеоинфографики к сюжету

«В Австралию за полтора часа: новые проекты в области
сверхзвуковых перелетов»

Телепередача «Чудо техники», телекомпания НТВ, выпуск от 11
октября 2015

Таблица В.1.

обычный пассажирский самолет летит со скоростью восемьсот девятьсот	Макет самолета, подобного нынешнему представлению об этом виде транспорта, движется справа налево и останавливается в левой половине экрана. Следом за ним, по траектории его движения, появляется горизонтальная шкала. В ее начале располагается подпись А300 (2015), а в конце – 0 км/ч (Рисунок В.1.).
километров в час// советский	Показатель шкалы скорости справа налево окрашивается в серый цвет и останавливается, заполнив треть отрезка. Пока показатель растет подпись 0 начинает изменять свое значение, с быстрой скоростью перебирая числа по порядку и останавливая значение на 900. (Рисунок В.2.)
ту сто сорок четыре	Второе транспортное средство, в длину превышающее первый вид самолета, движется с чуть большей скоростью (Рисунок В.3.).
имел крейсерскую скорость две тысячи триста//	Второй самолет также оставляет за собой аналогичную шкалу скорости. Она в соответствующих участках имеет подпись Ту-144 (1970) (Рисунок В.4.).
франко-британский конкорд	Участок шкалы справа налево постепенно окрашивается в красный цвет и, остановившись, занимает 80% всего отрезка. Подпись 0 аналогично изменяет свое значение и устанавливается на 2300 (Рисунок В.5.).

две тысячи пятьдесят километров в час//	Со средней скоростью появляется третий транспорт, по длине и некоторым внешним характеристикам совпадающий со вторым самолетом. За ним в правой части экрана появляется шкала с подписью Concorde (1970). Часть отрезка заполняется синим цветом, а значение 0 приобретает цифру 2150 (Рисунок В.6).
---	--

Рисунок В.1.



Рисунок В.2.



Рисунок В.3.



Рисунок В.4.



Рисунок В.5.



Рисунок В.6.

