

УДК 81

**РУССКОЯЗЫЧНАЯ ИНФОГРАФИКА XXI ВЕКА:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

© 2018 г.

М.М. Махрова

Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых, Владимир

marg.maslova@yandex.ru

Поступила в редакцию 28.06.2017

Даётся определение понятия инфографики, отмечается важность исследования лингвистического аспекта данного явления, предпринимается попытка сформулировать основные рекомендации по подготовке текстовой составляющей инфографик. *Актуальность* представленного исследования определяется отсутствием монографических работ, посвященных лингвистическим аспектам современных инфографик. *Цель* настоящей статьи – предложить универсальные рекомендации по созданию языкового компонента инфографики, которые позволят специалистам разных сфер, обращающимся к данному явлению, составлять содержательные инфографики на русском языке. В исследовании применялись *дедуктивный* и *индуктивный* методы с последовательным формированием представления об изучаемом объекте.

Ключевые слова: инфографика, лингвистический аспект, практический аспект, морфологический аспект, синтаксический аспект, стилистика, языковые уровни, информационно-коммуникационное пространство, инфографика – статистическая схема, инфографика-рейтинг, инфографика-хронология, инфографика-процесс, инфографика-алгоритм, инфографика-биография, инфографика-резюме, инфографика-рецепт, инфографика-реклама, инфографика смешанного типа.

В современном информационно-коммуникационном пространстве важную роль играет стремление личности к освоению знаний и умений, предполагающих развитие творчески активной языковой личности, которая умеет применять полученные знания и умения в новых постоянно меняющихся общественно-политических и социокультурных условиях [1, с. 11]. Для динамично развивающейся и меняющейся картины современного мира актуальным явлением стала *инфографика*, или информационная графика, представляющая собой соединение изображения и текста, доступно и лаконично передающих большие массивы имеющихся данных. Согласно мнению одного из исследователей визуального аспекта инфографики в маркетинге Р. Крама, инфографика включает в себя визуализацию данных, использование иллюстраций, соединение текста и изображений, которые складываются в цельный сюжет [2, с. 37]. Важным вербальным компонентом инфографики является текстовая составляющая.

Инфографическое изображение используется в журналистике, статистике, образовании, рекламе и многих других направлениях жизнедеятельности общества, имеющих широкую аудиторию. Инфографика является важным элементом коммуникации и должна представлять собой единое произведение с информативным и грамотно выстроенным языковым со-

держанием. Теоретический и практический аспекты инфографики привлекали внимание многих российских и зарубежных исследователей с точки зрения изображения и дизайна. При этом в рекомендациях специалистов по составлению инфографики детально не рассматривался вопрос лингвистической составляющей этого явления. Этим и определяется *актуальность* представленного исследования. Таким образом, *цель* данной статьи состоит в том, чтобы предложить универсальные рекомендации по созданию языкового компонента инфографики, которые позволят специалистам разных сфер, обращающимся к данному явлению, составлять грамотные и содержательные инфографики на русском языке.

На основании анализа типичных образцов новейшей русскоязычной инфографики (670 дискурсов) сформулируем требования к содержательной составляющей этого явления: информативность, грамотность, логичность, актуальность, лаконичность, доступность, однозначность. В особом пояснении нуждаются последние три пункта: исследователи отмечают, что максимум информации в инфографике должен быть представлен в лаконичной форме в виде ключевых слов, основных цифр и визуализации; данные должны быть понятны читателю любого уровня подготовки. Инфографика должна быть информативна, но не перенасыщена фактическими данными [3].

Ввиду того что инфографика представляет собой симбиоз изображения и слова, во время разработки автор продумывает единую концепцию визуального наполнения и расположения имеющегося массива данных. В зависимости от целей инфографики избирается определённый вид из предложенной нами классификации: *инфографика – статистическая схема, инфографика-рейтинг, инфографика-хронология, инфографика-процесс, инфографика-алгоритм, инфографика-биография, инфографика-резюме, инфографика-рецепт, инфографика-реклама, инфографика-объявление, инфографика смешанного типа*. В зависимости от вида и выбранного визуального образа формулируется текстовая составляющая. Рассмотрим основные лингвистические требования для составления инфографики разных видов по языковым ярусам.

1. Наиболее широко и разнообразно в инфографиках представлен *лексический уровень*. В некоторых видах инфографик текстовая составляющая представлена только единицами лексического уровня, в том числе в инфографике – статистической схеме и инфографике-рейтинге. Смысловый акцент делается на отдельные слова. На лексическом уровне в инфографике присутствуют слова определенных лексико-семантических групп; к примеру, если это инфографика-рецепт, то в ней будут преобладать такие единицы, как *еда, блюдо, приготовление, ингредиенты*. Важную роль в создании интересного и грамотного лингвистического содержания инфографики играют *опорные слова* (под этим термином мы понимаем тематические доминанты, передающие суть текста). Инфографика-хронология, инфографика-биография, инфографика-резюме включают в себя сведения о важных исторических событиях и личностях, а также передают последовательную цепь развивающихся событий. С точки зрения лексики в этих видах преобладают имена собственные, обозначающие имена живых существ и названия неодушевленных предметов (географических объектов, названий событий). В инфографике-рецепте, инфографике-процессе, инфографике-рекламе, инфографике-алгоритме преобладают термины и слова с семантикой действия и признака. Любые термины в инфографике должны иметь вербальное или визуальное пояснение. Большое количество слов и цифр, хаотично расположенных в инфографике, вносит путаницу и может быть неверно истолковано адресатом. Сочетание визуального образа, текстовых и числовых данных в инфографике должно нести единую идею, доступную для адекватной интерпретации. В инфографике не должно быть инвективной лексики. Таким образом, лексическая

составляющая инфографики формируется на основании логико-семантического принципа, который подразумевает связность и последовательность сочетаемых компонентов, а также их семантическое единство.

2. С точки зрения *морфологии* следует отметить тенденцию современных русскоязычных инфографик к преобладанию глаголов и глагольных форм. Это связано с задачей составителей инфографики представить информацию динамично, удержать внимание адресата на процессе или формировании явления. Наиболее насыщены глаголами инфографики-процессы и инфографики-рецепты. В инфографике-рекламе и инфографике-объявлении встречается большее количество прилагательных, необходимых для точного описания представляемого объекта. При составлении инфографики важно определить, какая из её разновидностей наиболее точно передаст информацию, и в соответствии с этим выбирать единицы морфологического и лексического уровней.

3. Среди *синтаксических единиц* в инфографиках преобладают словосочетания. В конструкциях, по структуре и признакам сходных с предложениями, в инфографике часто не ставят точки, что вызывает проблему классификации данных конструкций, так как они теряют важный пунктуационный сигнал законченности мысли. При составлении инфографики следует избегать сложных предложений и осложняющих конструкций. Одно из главных синтаксических требований – простые и ёмкие формулировки. Сверхфразовые единства встречаются в инфографиках крайне редко. Как правило, они появляются в инфографиках смешанного типа, где представлен единый комплекс инфографик разных видов.

Кроме того, инфографика представляет собой единую композицию и должна быть выдержана в одном стиле. Как правило, в инфографиках преобладают черты разговорного и публицистического стиля: непринуждённость и простота, фактографичность, злободневность тематики, побуждение к действию, используется разговорная и книжная лексика, отмечается неполнота синтаксических конструкций [4, с. 434].

Вполне очевидно, что современная инфографика должна соответствовать кодифицированным нормам русской орфографии и пунктуации, которые, к сожалению, судя по проведенному анализу, в настоящее время часто нарушаются. Наиболее частотны орфографические ошибки, связанные с пропуском букв или слогов в словах, что объясняется невнимательностью и небрежным отношением к нормам русского языка составителей; встречаются так-

же ошибки в заимствованных и словарных словах типа *интеграция*, *абонемент* и др. К сожалению, нередко ошибки и в падежных окончаниях существительных.

Таким образом, при создании инфографики следует внимательно относиться не только к её структурной форме, но и к лингвистическому содержанию. Современная русскоязычная инфографика является важным средством коммуникации, поэтому должна быть составлена грамотно. Данные должны быть понятны читателю любого уровня подготовки. Исходя из проведенного анализа, сформулируем несколько основных постулатов, знание которых необходимо разработчикам современной инфографики:

1) с точки зрения содержательности инфографика должна соответствовать требованиям информативности, грамотности, логичности, актуальности, лаконичности, доступности, однозначности. Инфографика должна быть информативна, но не перенасыщена фактическими данными; этого можно добиться, составляя концепцию с точки зрения логики – данные необходимо отражать связно и последовательно;

2) особое внимание следует уделить лексическому и морфологическому аспектам инфографики. В подборе лексических средств необходимо сформулировать опорные слова и руководствоваться логико-семантическим принципом. Термины, встречающиеся в инфографике, должны получать определение. В инфографике не должно быть ненормативной лексики;

3) одно из главных требований к данному явлению с точки зрения лингвистического со-

держания – соответствие нормам современного русского языка;

4) инфографики разных видов имеют разное морфологическое наполнение. В инфографиках, описывающих процесс, явление или структуру, преобладают глагольные формы; инфографики, передающие статистические сведения, формируются на основе существительных и прилагательных;

5) с точки зрения стилистики инфографика строится на доминантах разговорного и публицистического стиля;

6) инфографика должна представлять собой цельную композицию, доступную для понимания широкой аудитории.

Таким образом, современная русскоязычная инфографика представляет собой важный элемент коммуникации, который требует грамотного применения, а также дополнительного глубокого научно-методологического и практико-ориентированного исследования.

Список литературы

1. Юдина Н.В. Русский язык в XXI веке: кризис? эволюция? прогресс? М.: Гнозис, 2010. 293 с.
2. Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных. СПб.: Питер, 2015. 383 с.
3. Федоричак В. 10 советов по созданию инфографики и подборка инструментов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://infogra.ru/infographics/10-sovetov-po-sozdaniyu-infografiki-i-podborka-instrumentov> (дата обращения: 01.08.2016).
4. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. М.: Наука, 2008. 234 с.

RUSSIAN-LANGUAGE INFOGRAPHICS OF THE 21ST CENTURY: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS

M.M. Makhrova

The article defines the concept of infographics and notes the importance of researching the linguistic aspect of this phenomenon. An attempt is made to formulate the main recommendations for compiling the text component of infographics. The purpose of this article is to offer universal recommendations for creating a language component of infographics that will allow specialists of various fields addressing this phenomenon to compose informative infographics in Russian.

Keywords: infographics, linguistic aspect, practical aspect, morphological aspect, syntactic aspect, stylistics, language levels, information and communication space, infographics-statistical scheme, infographics-rating, infographics-chronology, infographic-process, infographics-algorithm, infographics-biography, infographics-resume, infographics-prescription, infographics-advertising, infographics of mixed type.

References

1. Yudina N.V. Russkij yazyk v XXI veke: krizis? ehvolyuciya? progress? M.: Gnozis, 2010. 293 s.
2. Kram R. Infografika. Vizual'noe predstavlenie dannyh. SPb.: Piter, 2015. 383 s.

3. Fedorichak V. 10 sovetov po sozdaniyu infografiki i podborka instrumentov [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://infogra.ru/infographics/10-sovetov-po-sozdaniyu-infografiki-i-podborka-instrumentov> (data obrashcheniya: 01.08.2016).
4. Kozhina M.N. Stilistika russkogo yazyka. M.: Nauka, 2008. 234 s.