

*Рацибурская Лариса Викторовна*

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н. И. Лобачевского,  
Россия, 603022, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23  
sovrusyaz\_nngu@mail.ru

*Бусарева Сабина Гадир-кызы*

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н. И. Лобачевского,  
Россия, 603022, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23  
sovrusyaz\_nngu@mail.ru

## **Проблема поликодовости как синтез вербальных и невербальных средств воздействия (на материале медийных новообразований)\***

**Для цитирования:** Рацибурская Л. В., Бусарева С. Г. Проблема поликодовости как синтез вербальных и невербальных средств воздействия (на материале медийных новообразований). *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2021, 18 (4): 831–846. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2021.412>

В связи с возросшей значимостью текстового формата в статье рассматривается актуальная на рубеже XX–XXI вв. проблема поликодовости: специфика термина и понятия «поликодовость», их соотношение с термином и понятием «мультимедийность», функциональная специфика поликодовости, поликодовость как характерная черта современного медиатекста. Поликодовость реализуется в тексте как взаимодействие вербальных и невербальных средств. Цель статьи — структурно-семантический анализ различных видов поликодовых новообразований и определение их функциональной специфики. Новые аспекты медийного словотворчества связаны с поликодовым характером новообразований: монографикация — использование в графических гибридах разнофункциональных элементов одного языка (дефисация, парентезис, кво-тация); капитализация — комбинация в графических гибридах прописных и строчных букв; полиграфикация — комбинация в графических гибридах элементов алфавитов разных языков; кодографикация — комбинация в графических гибридах элементов разных кодовых систем (разных шрифтов, цифр, идеограмм, рисунков, фотоэлементов, цвета). К кодографикации относится и использование в поликодовом тексте знаков искусственного графического языка эмодзи с расширенной сферой функционирования. Материалом исследования послужили тексты печатных и электронных СМИ начала XXI в., а также рекламные тексты. В ходе исследования использовались методы структурно-семантического анализа при определении структуры неодериватов, контент-анализа при функционально-семантической характеристике новообразований. В связи с актуализацией невербальных компонентов воздействия в последние десяти-

---

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и РЯИК в рамках научного проекта № 20-512-23003 «Активные процессы в современном русском языке и их изучение в российской и венгерской лингвистике».

летия поликодовость медийного словотворчества является эффективным средством воздействия. В результате проведенного исследования в медийных текстах выявлены наиболее репрезентативные виды графических гибридов и знаков эмодзи, реализующие экспрессивно-игровые и манипулятивные тенденции современных СМИ, а также выполняющие структурные текстовые функции.

*Ключевые слова:* поликодовость, медиатекст, графические гибриды, эмодзи, коммуникативное воздействие.

## Введение

На рубеже XX–XXI вв. под влиянием различных социальных условий формируются сферы коммуникации, проявляющие лексические, прагматические, текстуральные особенности, в связи с чем очевиден «отчетливый прагматический поворот в науке о языке с конца 1970-х гг.» [Куссе, Чернявская 2019: 455].

Современный период существования лингвистики отличает распространение исследовательского интереса и методик за узкоспециализированные границы одной дисциплинарной области, потребность расширения методики анализа с чисто языковых явлений на структуры большие, чем вербальный текст [Чернявская 2016: 9].

Новые приоритеты в сфере исследований связаны с тем, что в настоящее время специалисту приходится работать в многоязычном поликодовом пространстве. Ученые констатируют расширение предметных границ лингвистики, изменение теоретических представлений о речевой системности; перемещение в фокус интереса знаний о роли иных семиотических кодов в организации социального взаимодействия. Новыми объектами лингвистики становятся дискурс, интердискурсивность, медиальность, поликодовость [Нефедов, Чернявская 2020: 85–86].

Растущая популярность визуальных методик анализа, значимость изобразительных элементов, которая возросла благодаря новым медиальным форматам, визуальным технологиям и электронной среде, «приводят к появлению новых типов текста... возникает необходимость использовать в вербальных произведениях идеографические и другие изобразительные элементы, что не может не вызывать изменение социального статуса смешанных, поликодовых средств коммуникации... новые тексты предполагают также новые способы чтения, репрезентации и концептуализации» [Сонин 2005: 116].

В настоящее время — время современных технологий — возникает необходимость в быстром и легком восприятии информации, чему способствует воздействие сразу на несколько каналов восприятия: «отправители все чаще и чаще создают и предлагают получателям так называемые поликодовые сообщения, которые признаны наиболее эффективными в плане восприятия» [Сергеева, Уварова 2014: 129].

На рубеже XX–XXI вв. особую актуальность приобрели исследования того, в какой степени материальный формат коммуникации влияет на ее содержание. Исследования вопроса о зависимости когнитивного и коммуникативного процессов от материального формата характеризуют новый вектор развития лингвистики. Объектом исследования стали гетерогенные тексты, в которых наряду с языковыми знаками представлены знаки другой семиотической природы (визуальные,

звуковые, кинетические). Таким образом, «формат становится фактором выдвижения определенного смысла» [Нефедов, Чернявская 2020: 92].

Актуализация содержания за счет ценности канала сообщения становится распространенным приемом в эпоху средств массовой информации. Формат оказывается значимым и содержательным, поскольку «маркирует значимость заключенного в форме содержания» [Чернявская 2016: 7], «обеспечивает максимальную концентрацию внимания... читателя в процессе восприятия текста на одном из его участков путем концентрации всех когнитивных усилий для его выделения и распознавания» [Чернявская 2016: 4].

В связи с возрастающим воздействием текстового формата актуальным становится исследование невербальных средств воздействия в сочетании с вербальными, то есть исследование поликодовой организации текста. Поликодовый текст представляет собой вербально-визуальное единство, «в котором смысловое единство выступает как результат взаимоналожения двух кодов — вербального и визуального» [Чернявская 2013: 125].

Взаимодействие разных коммуникативных каналов обозначается в существующих научных направлениях различными терминами: «мультиmodalность», «мультимедиаальность», «полимедиаальность», «поликодовость». Под медиаальностью обычно понимаются все возможные формы, способы материальной выраженности знака. Понятие поликодовости связано с понятием коммуникативного кода, где код — система условных обозначений, символов, знаков и правил их комбинирования для различных информационных операций. Термин «поликодовость», таким образом, отражает разнообразие кодов, используемых в тексте.

Явление поликодовости исследуется в работах разных авторов: Н. А. Кузьминой [Кузьмина 2011], Д. С. Мичурина [Мичурин 2014], Л. В. Рацибурской [Рацибурская 2018], В. Е. Чернявской [Чернявская 2013; 2016], Н. В. Чичериной [Чичерина 2007], И. А. Шиповой [Шипова 2013] и др. Применительно к явлению поликодовости используются термины «гетерогенность» [Чичерина 2007], «интегративность» [Кузьмина 2011], «мультикодовость» [Шипова 2013], «мультимедийность» [Тошович 2018; Chernyavskaya, Kulikova 2020]. В англоязычной научной литературе применительно к поликодовым текстам представлены термины *combined* [Makaruk 2015], *creolized*, *multimodal* [Kress, van Leeuwen 2001].

Мультимедийность может рассматриваться как реализация поликодовости в тексте.

Мультимедиа — комплексный вид коммуникации, в котором объединяются знаки, символы, коды, средства различных видов устного и письменного общения — буквенные и небуквенные (знаки, символы, графика, иллюстрации, карикатуры, чертежи, рисунки, фотоматериалы, аудио- и видеоматериалы и др.) [Тошович 2018: 131].

Поликодовость является эффективным инструментом речевого воздействия, в котором соединяются рациональное, логоцентрическое и эмоционально-чувственное начала. Актуализация средств и форм речевого воздействия на рубеже XX–XXI вв. обусловлена либерализацией российского социума, развитием рыночных отношений и рекламы как стратегии навязывания товара, возрастанием роли личности в обществе в целом и в массмедиа в частности. Научные «представления о поликодовом характере воздействия лежат в основе современных PR-технологий»

[Чернявская 2013: 125], направленных на создание имиджа политика или продвижения PR-продукта.

Важнейшим средством воздействия являются средства массовой информации, которые не только выполняют информативную функцию, но и способствуют оценке социальных реалий, формируют моральные нормы, эстетические вкусы, ценностные приоритеты и тем самым воздействуют на массовое общественное сознание. Как отмечают ученые, «современные СМИ все жестче манипулируют сознанием масс» [Конюхова 2005: 71–72], осуществляют «контроль за идеологиями, ценностями и общественными нормами, манипулирование нормами» [Куссе, Чернявская 2019: 455].

Поликодовость современного медиатекста в аспекте коммуникативного воздействия проявляется, в частности, в медийном словотворчестве. В качестве поликодовых структур можно рассматривать новообразования гибридного типа с различной комбинацией графических элементов, буквенных и небуквенных фрагментов, графических знаков и знаков других кодовых систем. Объектом анализа в данной статье являются медийные новообразования в аспекте поликодовости. Материалом исследования послужили тексты печатных и электронных СМИ последнего десятилетия, а также рекламные тексты. Поскольку образования поликодового характера — достаточно новое явление в медийных текстах, то в качестве материала исследования использовались те печатные и электронные медийные источники, в которых можно было обнаружить подобные новообразования: «Аргументы и факты», «Версия», «Известия», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Наша версия», «Нижегородская правда», «Российская газета», «Российская газета. Неделя», «СNews», «Cosmopolitan» и др. Соответствующие рекламные тексты были представлены как в медийных изданиях, так и в других видах рекламы (директ-реклама, реклама в социальных сетях (Instagram), наружная реклама). Общий объем исследуемого материала составил около 250 фактов.

Цель статьи — структурно-семантический анализ различных видов поликодовых новообразований и определение их функциональной специфики. В ходе исследования использовались методы структурно-семантического анализа при определении структуры неодериватов, контент-анализа при функционально-семантической характеристике новообразований.

## Характерные черты современного медиатекста

Современные СМИ характеризуются такими тенденциями, как усиление авторского начала, коррелирующее со стремлением автора к диалогу с адресатом; свобода вербального выражения в сочетании с тенденцией к интеллектуализации, специфику которой в настоящее время составляют интертекстуальность и различные формы языковой игры; поликодовость медийного текста.

Новые информационные технологии приводят к появлению новых форматов медиатекстов. Характерной чертой современного медиатекста является мультимедийность, которая «предполагает сочетание различных способов представления информации — вербального и невербального, включающего аудио и видео, графику, анимацию» [Смирнова 2018: 115], и формирует «практически бесконечные связи в медиадискурсном пространстве» [Солнцева 2018а: 488].

Поликодовыми элементами в медиадискурсе становятся собственно текст статьи, фотографии, гиперссылки на видео или аудиофрагменты, рекламные объявления, а также гиперссылки на другие ресурсы, например социальные сети, в которых возможно немедленное обсуждение информации с другими участниками веб-коммуникации [Солнцева 2018б].

Одной из важнейших составляющих современного медиатекста является словотворчество медийных авторов. Новообразования как речевые факты, выделяющиеся благодаря новизне, необычности сочетания их формальной и семантической составляющих из ряда привычных, стандартных вербальных средств, обладают значительной силой коммуникативного воздействия. В тех случаях, когда вербальная составляющая новообразований дополняется визуальной, возможно усиление прагматического эффекта.

### Поликодовость в медийном словотворчестве

В аспекте поликодовости может рассматриваться и современное медийное словотворчество, в котором представлены, в частности, такие формы речевого воздействия, как суггестивность и манипулирование. «Суггестивность... опирается прежде всего на чувственно-ассоциативные стороны сознания. Отсюда особая воздействующая функция невербальной составляющей новообразований» [Рацибурская 2018: 53–54].

По мнению исследователей, «метаграфемные знаки являются активным средством медийного словотворчества, что обуславливает их исследование в рамках словообразования» [Широкова 2019: 264] (см. также: [Маринова 2005; Попова 2010; Николина 2019 и др.]). Визуализация коммуникации заставила ученых обратить особое внимание на «визуальные неологизмы» [Маринова 2005] — графические гибриды, образования вербально-иконической природы.

Предложенная в работах Т. В. Поповой классификация графических гибридов учитывает различные сочетания в них вербальных и невербальных средств [Попова 2013: 149]. Проявлением поликодовости в медийных новообразованиях мы будем считать использование в рамках одного новообразования разнофункциональных элементов одного языка (монографикация), комбинацию прописных и строчных букв (капитализация), алфавитов разных естественных языков (полиграфикация), а также элементов разных кодовых систем (кодографикация) — цвета, рисунка, фото.

К монографикации относится использование разнофункциональных элементов одного языка. В данном случае графические небуквенные средства языка (дефис, кавычки, скобки, апостроф) разбивают узуальные слова на части, соответствующие другим узуальным словам, что ведет к увеличению семантического объема новообразования.

В массмедиа активными знаками являются тире и дефис. При «дефисации» (Т. В. Попова) с помощью дефиса в узуальном слове выделяется часть, соответствующая другому узуальному слову. В результате совмещения семантики исходного слова и выделенной части увеличивается семантический объем графического деривата: **Мара-фон** — узуальное *марафон* в заголовке статьи разбивается дефисом в соответствии с именем собственным Мара: *Перед премьерой «Девушки с тату-*

ировкой дракона» наш лос-анджелесский корреспондент Галя Галкина поболтала с Руни Мара, девушкой, которая обошла Скарлетт Йохансон, Кристен Стюарт и Натали Портман в борьбе за роль в главном фильме января<sup>1</sup>; **Кот-астрофа!** Дикие коты захватили почти всю Австралию<sup>2</sup>. В последнем случае наблюдается формальное видоизменение в исходном слове катастрофа.

В настоящее время сфера употребления дефиса расширяется: с его помощью на основе словосочетаний или высказываний формируются своеобразные семантико-графические комплексы: *Мы же Санкт-черт поберу!* — Петербурге!; *карта-какона-используется* (примеры Т. В. Поповой) [Широкова 2019: 267].

В научной литературе такие комплексы называются «словами» [Занегина 2012: 698], «окказиональными номинациями» [Попова 2010]. У таких комплексов отмечаются функции смыслового акцентирования, заполнения лексической лакуны, выделения особого класса предметов и подобные [Занегина 2012: 705–706; Попова 2010]. «Такие комплексы выводят читателя из автоматического режима восприятия и тем самым актуализируют его внимание» [Широкова 2019: 267].

При квотации (Т. В. Попова) в узуальном слове кавычками выделяется часть, соответствующая другому узуальному слову, например оценочное слово *аховое* (дело), аббревиатура МиГ: **Стр«аховое»** дело Елены Скрынник. *Почти 500 фермерских хозяйств практически разорены в результате аферы с госсубсидиями в бытность опальной министерши*<sup>3</sup>; **«МиГ»нуть** не успеете. *Новые МиГи-35 будут собирать на заводе «Сокол» в Нижнем Новгороде*<sup>4</sup>; *Горе «лук»овое*<sup>5</sup> — в последнем случае слово *лук* — ключевое для Арзамаса, который славится выращиванием этой культуры.

Квотация так же, как и дефисация, приводит к увеличению семантического объема графических дериватов.

При парентезисе (Т. В. Попова) актуализация части узуального слова с помощью скобок создает возможность виртуальной семантической трактовки — амбивалентного прочтения графического гибрида. Особенно это заметно в неодериватах с не-: *Собачья (не)радость*. *В селе Хватовка Арзамасского района хозяйская собака покусала ребенка*<sup>6</sup>; *Судьба (НЕ)установлена*<sup>7</sup>; *Смерть в сортире: о чем (не) стоит шутить*. *Кинокритик Марат Шабаев специально для «Селедки» разбирает феномен черной комедии. Существуют ли границы допустимого в юморе и можно ли смеяться над смертью? На помощь приходят Аристофан, Саша Барон Коэн и исследователи холокоста*<sup>8</sup>; *Темно и (не)страшно: город отпраздновал Хэллоуин*<sup>9</sup>; **(Не)хорошо**, что перенесли: плюсы и минусы переноса декабрьского сочинения. *Второго декабря одиннадцатиклассники всей страны должны были сдавать свой первый взрослый экзамен — итоговое входное сочинение*<sup>10</sup>; *Вместо борца и стрингов: Али-*

<sup>1</sup> Elle Girl. <https://www.ellegirl.ru/> (accessed: 20.03.2021). 2012. Январь.

<sup>2</sup> Faktom.ru. <https://faktom.ru/> (accessed: 20.03.2021). 10.01.2017.

<sup>3</sup> Московский комсомолец. <https://nn.mk.ru/> (accessed: 20.03.2021). (Далее — МК.) 15.01.2016.

<sup>4</sup> Патриоты Нижнего. <https://nn-patriot.ru/> (accessed: 20.03.2021). 26.07.2017.

<sup>5</sup> Арзамасские новости. <https://a-novosti.ru/> (accessed: 20.03.2021). 10.08.2017.

<sup>6</sup> Арзамасские ведомости. <http://arz-vedomosti.ru/> (accessed: 20.03.2021). 22.02.2018.

<sup>7</sup> Известия. <https://iz.ru/> (accessed: 20.03.2021). (Далее — Известия.) 2019.

<sup>8</sup> Celedka. <http://seledkagazeta.ru/> (accessed: 20.03.2021). (Далее — Celedka.) 2019, (5).

<sup>9</sup> Диалог. <https://topdialog.ru/> (accessed: 20.03.2021). 02.11.2019.

<sup>10</sup> ГодЛитературы.пф. <https://godliterature.ru/> (accessed: 20.03.2021). 10.12.2020.

на Фаркаш размышляет, за что нас (**не**) **любят**<sup>11</sup>. В следующем контексте скобки служат для актуализации имени Сталина, положенного в основу названия города: «Русские горки» и Сталин в душе: художница из Екатеринбурга показала Волгоград героем аниме. По мнению жительницы Екатеринбурга, преподающей английский язык и скрывающейся в Сети под своим творческим псевдонимом, Волгограду есть, чем похвастать перед другими городами. Он, хоть и не носит плащей, но все же герой. Агрессивно любит Родину, бросается из крайности (+30 °С) в крайность (-30 °С), обладает самой крутой Волгой, спекулирует электричеством и может показать туристам захватывающие «русские горки». В душе Волгоград по-прежнему Сталин(град)<sup>12</sup>.

Наряду с использованием разнофункциональных элементов одного языка (монографикация) в качестве средств визуального воздействия могут использоваться элементы алфавита одного языка, в частности прием капитализации, при котором в одном узуальном слове прописными буквами «выделяется часть, соответствующая другому узуальному слову, нередко с формальными видоизменениями» [Рабибурская 2018: 217]: Без **ШОКОладного** глянца<sup>13</sup>; В **МЕМОриз**. Можно ли работать на интернет-мемах<sup>14</sup>; **неКОМИческий** сериал. Бывший зам премьер-министра Коми Константин Ромаданов открыл серию новых арестов энергетиков<sup>15</sup>; **ГРУстный** Солсбери<sup>16</sup> **ПодНАТОрели**: альянс вновь поставил «российскую угрозу» в один ряд с терроризмом<sup>17</sup>; Олимпийское **НЕспокойствие**. Арбитражный суд вдвое сократил срок наказания российским спортсменам<sup>18</sup>. Графически выделенные элементы представляют собой имена нарицательные и собственные, аббревиатуры, а также отдельные словообразовательные морфемы. Формальные (графемные) видоизменения наблюдаются в следующих случаях: Самые **сКАННдальные** платья фестиваля<sup>19</sup> — о кинофестивале в Каннах; Избиркомы подвергнут **сертиЦИКаци**и. Сотрудников комиссий обучат и протестируют перед выборами в Госдуму<sup>20</sup>; Прошли **сОБСЕдование**: спасут ли организацию от кризиса новые назначения. Россия предложила свой вариант ее реформирования<sup>21</sup>; Чуть помедленнее, **НКОни**<sup>22</sup> — обыгрывается строчка из прецедентного текста В. Высоцкого; Если бы да **ОДКБы**. Как Владимир Путин побыл и с Николом Пашиным, и с Александром Лукашенко и чего всем это стоило<sup>23</sup> — обыгрывается устойчивое выражение если бы да кабы. В последних трех случаях капитализация сопровождается контаминацией: **собеседование** + **ОБСЕ**, **НКО** + **кони**, **ОДКБ** + **кабы**. При капитализации так же, как и при

<sup>11</sup> Cosmopolitan. <https://www.cosmo.ru/> (accessed: 20.03.2021). 22.09.2020.

<sup>12</sup> Волгоград Онлайн. <https://v1.ru/> (accessed: 20.03.2021). 05.09.2018.

<sup>13</sup> Нижегородская правда. <https://pravda-nn.ru/> (accessed: 20.03.2021). 15.12.2011.

<sup>14</sup> Коммерсантъ. FM. <https://www.kommersant.ru/fm> (accessed: 20.03.2021). 05.02.2017.

<sup>15</sup> Наша версия. <https://versia.ru/> (accessed: 20.03.2021). (Далее — НВ.) 03.08.2018.

<sup>16</sup> Комсомольская правда. <https://www.nnov.kp.ru/> (accessed: 20.03.2021). (Далее — КП.) 23.02.2019.

<sup>17</sup> Известия. 05.12.2019.

<sup>18</sup> Российская газета. Неделя. <https://rg.ru/gazeta/svezh.html> (accessed: 20.03.2021). 23.12.2020.

<sup>19</sup> КП. 18.05.2019.

<sup>20</sup> Коммерсантъ. <https://www.kommersant.ru/> (accessed: 20.03.2021). (Далее — Коммерсантъ.) 14.12.2020.

<sup>21</sup> Известия. 04.12.2020.

<sup>22</sup> Коммерсантъ. 16.12.2020.

<sup>23</sup> Коммерсантъ. 03.12.2020.

монографиксации, происходит увеличение семантического объема графического гибрида.

Как проявление поликодowości можно рассматривать полиграфиксацию — использование элементов алфавитов разных естественных языков в рамках одного новообразования: *Чего хотят мужчины. Многие мужчины находят секс приятным, когда занимаются им с тем, кого любят и кто любит их. И они не хотят, чтобы это была односторонняя работа — ваше удовольствие очень важно для них. Они хотят знать, как сильно вы желаете **sekса**. Будьте предприимчивы и исследуйте друг друга. Найдите новые способы, чтобы поддерживать свежесть и любовь в отношениях: **сексуальное** белье, забавные реквизиты, новые позы, дерзкие сообщения — все, чтобы он думал о вас весь день<sup>24</sup>; Удар по **Urbanизму**. Теория городского строительства от основателя Urban Group<sup>25</sup>; **Smartшахтеры**: сделано в России. Уже сегодня российские программисты снабжают шахтеров умными приложениями, о которых во многих странах только мечтают<sup>26</sup>. В последнем случае полиграфиксация сопровождается сложением. Нередко полиграфиксация сочетается с капитализацией, особенно при использовании аббревиатур: **HOTELu** как лучше. **Интуристов** могут пустить в столицу без визы на 72 часа<sup>27</sup>; **CAScовый** расчет: удастся ли России оспорить санкции WADA. Спортивный арбитражный суд ранее уже выносил вердикты в пользу отечественного спорта<sup>28</sup>; **Наденьте, пожалуйста, MАСку**<sup>29</sup> — прописными буквами выделяется аббревиатура американского косметического бренда MАС.*

В полиграфиксациях активно используется домен .net, вызывающий ассоциацию с Интернет: **Денег.net**: 90-летняя жительница Волгограда лишилась 300-тысячных накоплений<sup>30</sup>; **Оскорбления.net**. Готовится законопроект, который позволит нотариату создать в Сети единый портал для фиксации доказательств в интернете. Таким образом прежде всего будет усилена защита граждан от нарушений их прав в сети<sup>31</sup>; **Шаблонов.net**. Второго декабря выпускники должны писать итоговое сочинение. «Зачет» по нему — это допуск к ЕГЭ. Как оно будет проходить в школах, закрытых на карантин? Или в регионах, где сейчас дистанционка? Об этом «Российской газете» рассказал руководитель Рособнадзора Анзор Музаев<sup>32</sup>.

В некоторых случаях при полиграфиксации возможна формальная трансформация: **КонтраFIFАкт**. Таможенные органы задержали контрафактную продукцию с символикой FIFA<sup>33</sup> — контаминация контрафакт + FIFA.

Использование алфавитов разных языков может сопровождаться апострофизацией: *Волшебный мир Skar'a*<sup>34</sup> — Skar — никнейм художника граффити); *Про-*

<sup>24</sup> Клубер. <http://www.cluber.com.ua/> (accessed: 20.03.2021). 03.07.2017.

<sup>25</sup> НВ. 25.05.2018.

<sup>26</sup> Российская газета. <https://rg.ru/> (accessed: 20.03.2021). (Далее — РГ.) 09.12.2019.

<sup>27</sup> МК. 18.09.2018.

<sup>28</sup> Известия. 09.12.2019.

<sup>29</sup> Glamour. <https://www.glamour.ru/> (accessed: 20.03.2021). Ноябрь. 2020.

<sup>30</sup> Волга-медиа. <https://vlg-media.ru/> (accessed: 20.03.2021). 19.04.2015.

<sup>31</sup> РГ. 25.06.2018.

<sup>32</sup> РГ. 15.11.2020.

<sup>33</sup> Известия. 06.08.2018.

<sup>34</sup> Celedka. 2013, (2).



летели со **SWIFT'ом**<sup>35</sup> — обыгрывание прецедентного феномена *пролететь со свистом*; В России появится специальная тюрьма для **VIP'ов**<sup>36</sup>.

К поликодовости относится также сочетание элементов разных кодовых систем в составе новообразования — кодографикация. При кодографикации могут использоваться элементы алфавита естественного языка и цифры: **ПРО100 НОВОСТИ**<sup>37</sup> — графический гибрид в своей структуре имеет слово *просто*, составленное из двух частей — *про* и *100*; **ПРО100** *ссорит банкиров*. Для банковского приложения УЭК используется система **ПРО100**<sup>38</sup>; **100ЛИЦА**. Журнал о людях во Владимире<sup>39</sup>; **3Девятое** *царство*. Школьники погружаются в цифровую реальность<sup>40</sup>.

Популярным в медиатексте приемом является использование элементов алфавита естественного языка и идеограмм: Сбербанк **ОнЛ@йн**: Шаг к мобильности — это шаг вперед!<sup>41</sup>; Штраф принесет **соб@чка**. Граждане смогут получать уведомления от госорганов и оплачивать взыскания по электронной почте<sup>42</sup>; Польша готова к фестивалю «Дубль **дв@**»<sup>43</sup>. В некоторых случаях использование идеограмм служит для маскировки обценных слов: У нас, **б&@дь**, все шиворот-навыворот<sup>44</sup>.

Идеограммы активно используются в рамках не только отдельных слов, но и других языковых (речевых) единиц. Технологические основания современной коммуникации обусловили использование в медиатекстах элементов естественного языка и таких идеограмм, как знаки искусственного графического языка эмодзи (яп. 絵 ‘картинка’, 文字 ‘знак, символ’). По мнению исследователей, эмодзи — язык, имеющий широкую сферу функционирования [Emoticons 2020: 1]. Будучи элементами поликодового текста, эмодзи могут выполнять ряд различных функций (иллюстративные примеры — см. рис. 1).






(1)  <i>Топ-100 книг 2020</i> <sup>45</sup>
(2) <i>Дарим впечатления!</i>  <sup>46</sup>
(3) <i>2 цвета года = 2 скидки +</i>  <sup>47</sup>
(4)  <i>Выбирайте скидку сами</i>  <sup>48</sup>

Рис. 1. Знаки эмодзи в рекламном тексте

<sup>35</sup> Известия. 10.10.2018.

<sup>36</sup> Версия. <https://versia.ru/> (accessed: 20.03.2021). 02.12.2019.

<sup>37</sup> <https://www.pro100novosty.info/> (accessed: 20.03.2021).

<sup>38</sup> Горбатка.ру. <https://gorbatka.ru/> 27.11.2017.

<sup>39</sup> Журнал 100лица. <http://100lic.com/> (accessed: 20.03.2021).

<sup>40</sup> РГ. 03.09.2018.

<sup>41</sup> CNews. <https://www.cnews.ru/> (accessed: 20.03.2021). 25.02.2013.

<sup>42</sup> РГ. 04.12.2015.

<sup>43</sup> РГ. 01.04.2020.

<sup>44</sup> Аргументы и факты. <https://nn.aif.ru/> (accessed: 20.03.2021). 07.02.2001.

<sup>45</sup> Читай-город. <https://www.chitai-gorod.ru> (accessed: 20.03.2021). 28.12.2020.

<sup>46</sup> Интернет-магазин OZON.ru. <https://www.ozon.ru> (accessed: 29.01.2021).

<sup>47</sup> Yves Rocher. <https://yves-rocher.ru> (accessed: 22.01.2021).

<sup>48</sup> Book24.ru. <https://book24.ru> (accessed: 16.01.2021).

В примере (1) при использовании эмодзи «огонь» происходит дублирование фактуальной информации: положительная оценочность элемента *top*- поддерживается метафорически использованным графическим знаком, который вызывает ассоциацию с жаргонным *огонь* (*рубашка — огонь* ‘хорошая рубашка, рубашка хорошего качества’; ср. англ. *the party was lit* ‘вечеринка была огонь’).

В примере (2) знак эмодзи «палец вверх» выполняет функцию сообщения дополнительной информации: вербальная составляющая содержит указание на впечатления, в то время как графический знак эксплицирует их положительную характеристику, что приводит к увеличению семантического объема поликодового высказывания.

Замена слова естественного языка на знак эмодзи «завернутый в упаковку подарок» представлена в примере (3), где мы можем наблюдать субститутивную корреляцию между вербальными и визуальными элементами высказывания.

Пример (4) демонстрирует, что знаки искусственного графического языка эмодзи могут не только внедряться в синтаксическую структуру вербального компонента высказывания, но и обрамлять его. Подобная структурная организация усиливает манипулятивные возможности поликодового текста, что позволяет удерживать внимание читателя на содержании публикации.

Еще одно поликодовое средство в графических гибридах — использование цветовых элементов. Так, в составе узуального слова с помощью цвета может выделяться часть, соответствующая другому узуальному слову: *ПРОМАЗАЛИ НА ПОВОРОТЕ. Белорусскому экипажу Сергея Вязовича не хватило чуть-чуть, чтобы финишировать с триумфом на ралли «Шелковый путь — 2019»*<sup>49</sup> — цветом выделяется аббревиатура *МАЗ* (марка машины, торговая марка, завод) в глаголе *промазать* сниженной оценочности; *КОГДА СТАЛ НАСТОЯЩИМ ФАНАТОМ. В ростовской области готовят молодых специалистов для БелАЭС*<sup>50</sup>. В узуальном *лохматый* выделяется цветом часть *лох*, соответствующая существительному с негативной оценкой: *ХВАТИТ ВЫГЛЯДЕТЬ ЛОХМАТЫМ. Запишись к лучшим барберам*<sup>51</sup>. В заголовке *ЭКСТРИМАЛЬНОЕ ШОУ СО СМЕРТЕЛЬНЫМ ИСХОДОМ*<sup>52</sup> в узуальном *экстремальное* выделяется цветом часть *стрим* с формальным видоизменением. Сленговый неологизм *стрим* обозначает прямую трансляцию на видеохостингах.

Цветовое выделение может использоваться в контаминированных дериватах: *ТУЛУЗЕРЫ*<sup>53</sup>: *Тулуза + лузеры* — цветом выделяется слово *лузеры*, которое характеризует сборную России, проигравшую на чемпионате Европы в 2016 году сборной Уэльса в городе Тулузе. В заголовке *ГУД БАЙДЕН, ТРАМП. Сможет ли новый президент выгнать из Белого дома старого?*<sup>54</sup> цветом выделяется транслитерированная английская формула этикетного прощания *good bye*, что символизирует и прощание с бывшим президентом Трампом, и приход к власти нового президента Байдена.

Отдельные ученые отмечают высокую биологическую зависимость человека от цветоощущения в социальной сфере и считают игру с цветом мощным приемом воздействия [Бердышев 2008: 161].

<sup>49</sup> КП. 18.07.2019.

<sup>50</sup> Союзное вече. <https://www.souzveche.ru/> (accessed: 20.03.2021). 23–29.05.2019.

<sup>51</sup> Instagram. <https://www.instagram.com/> (accessed: 20.03.2021). 16.12.2020.

<sup>52</sup> МК. 09–16.12.2020.

<sup>53</sup> Спорт-Экспресс. <https://www.sport-express.ru/> (accessed: 20.03.2021). 21.06.2016.

<sup>54</sup> МК. 11–18.11.2020.

Реализацией поликодности является также использование в сочетании с вербальными средствами рисунка, фотоэлементов. Подобные средства обычно используются в комплексе с графикой. Так, в заголовке *Не свобода. В какой России мы будем жить*<sup>55</sup> отрицательная частица *не* с буквой *е*, выделенной цветом, перечеркнута, что создает возможность двоякого прочтения. В слове *свобода* на месте буквы *в* изображен наполненный воздухом, перевязанный пакет, что символизирует отсутствие возможности свободно дышать. В том же слове буква *а* передается странным изображением в виде проволоки, похожим на *A* (см. рис. 2):



Рис. 2. Заголовок независимого издания «The Blueprint»

В заголовке *Оранжевая королева осени*<sup>56</sup>, данном на фоне фотоизображения и представленном графемами белого цвета, в слове *королева* на месте второй буквы *о* изображена оранжевая тыква, что коррелирует с содержанием заголовка и статьи.

Рекламный текст *Выбор мебели такой, что глаза разбегаются!*<sup>57</sup> сопровождается изображением имитирующих движение глаз с конечностями. Рисунок, таким образом, усиливает текст благодаря приему дефразеологизации.

Разнообразие проявлений поликодности в медийном речетворчестве свидетельствует о востребованности средств поликодности в современных медийных текстах.

## Заключение

Как показывают современные исследования, «наши знания о текстовых структурах формируются коммуникативным и социальным опытом» [Куссе, Чернявская 2019: 457]. Проведенное исследование свидетельствует о том, что происходит «дальнейшая прагматизация лингвистического анализа, т.е. расширение объема и количества экстралингвистических параметров, принимаемых во внимание при интерпретации языковых явлений» [Куссе, Чернявская 2019: 457].

Актуальным проявлением прагматического аспекта современной коммуникации, и прежде всего медийной коммуникации, становится поликодовый текст, демонстрирующий сложные динамические отношения вербального и невербального кодов.

Поликодность как синтез вербальных и невербальных средств, как взаимодействие элементов различных кодовых систем стала одной из характерных черт современных медийных текстов. Поликодность характеризует разные составляющие текста, и в частности медийные новообразования, результаты медийного словотворчества. Исследование новообразований в аспекте поликодности явля-

<sup>55</sup> Журнал 100лица. <https://theblueprint.ru/culture/industry/budushchee-rossii> (accessed: 20.03.2021).

<sup>56</sup> Вечерняя Москва. <https://vm.ru/> (accessed: 20.03.2021). 28.10.2020.

<sup>57</sup> Наружная реклама магазина «Открытый материк», 2020.

ется новым направлением в медиалингвистике и дериватологии, позволяющим выявить специфику новых форматов медиатекстов.

Поликодовость медийных новообразований представлена такими явлениями, как монографикация, капитализация, полиграфикация, кодографикация, использование цвета, рисунка, фотоизображения. Наиболее распространены в современных медиа случаи полиграфикации (30%), видимо, как следствие тенденции к глобанглизации, а также случаи капитализации (30%). В меньшей степени в медийных неодериватах представлена монографикация (10%). В остальных случаях наблюдается кодографикация — внедрение в состав инноваций разного рода элементов, не относящихся к русской графике: идеограмм, рисунков, фотоизображений, эмодзи. Поликодовость в медийных неодериватах нередко сопровождается использованием цвета.

Поликодовость медийных новообразований, таким образом, способствует увеличению их семантического объема и воздействующего потенциала, в том числе суггестивного и манипулятивного эффектов. Кроме того, поликодовость является ярким экспрессивно-стилистическим средством.

Объединением различных кодовых систем и/или их элементов создаются стилистические эффекты (неожиданность, обманутое ожидание, новизна), языковое выражение становится более разнообразным, расширяются возможности стиливого варьирования, возникают условия для более экономного, сжатого высказывания [Тошович 2018: 147].

Как показывает проведенный анализ, инографические элементы широко используются в текстах СМИ в процессе языковой игры, часто встречаются в заголовках медиатекстов, выполняя «функцию привлечения внимания за счет необычного внешнего вида... вовлекая читателя в интеллектуальную игру с “расшифровкой” многогранного смысла» [Торопкина 2016: 253], и тем самым стимулируют интерес адресата к медийному тексту.

Поликодовость медийных новообразований способствует их полифункциональности и усилению воздействующего эффекта и делает их наряду с эмодзи и другими невербальными компонентами важным средством экспрессивизации медийного текста.

## Литература

- Бердышев 2008 — Бердышев С.Н. *Рекламный текст: методика составления и оформления*. М.: Дашков и Ко, 2008. 252 с.
- Занегина 2012 — Занегина Н.Н. Словосочетания-записанные-через-дефис как способ категоризации и новый прием языковой выразительности в русском языке. *Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: Труды XVIII Междунар. конф. «Диалог-2012»*: в 2 т. Выпуск 11 (18), 1. М., 2012. С. 696–706.
- Конюхова 2005 — Конюхова Т.В. Влияние СМИ на массовое сознание в информационном обществе. *Фундаментальные исследования*. 2005, (3): 71–72.
- Кузьмина 2011 — Кузьмина Н.А. *Современный медиатекст*. Омск: Полиграф. центр «Татьяна», 2011. 413 с.
- Куссе, Чернявская 2019 — Куссе Х., Чернявская В.Е. Культура: объяснительные возможности понятия в дискурсивной лингвистике. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2019, 16 (3): 444–462.
- Маринова 2005 — Маринова Е.В. Визуальные неологизмы: новая графика «старых» слов. *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Филология*. 2005, (1): 127–132.

- Мичурин 2014 — Мичурин Д. С. *Прецедентный поликодовый текст в вербально-изобразительной коммуникации интернет-сообществ (на материале русскоязычных имидж-форумов)*. Дисс. ... канд. филол. наук. Тверь, 2014. 162 с.
- Нефедов, Чернявская 2020 — Нефедов С. Т., Чернявская В. Е. Контекст в лингвистическом анализе: прагматическая и дискурсивно-аналитическая перспектива. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2020, (63): 83–97.
- Николина 2019 — Николина Н. А. Структура и функции дефисных комплексов в современной письменной речи. *Труды Института русского языка им. В. В. Виноградова. Выпуск 20. Взаимодействие лексики и грамматики*. Занадворова А. В., Крысин Л. П., Розанова Н. Н., Розина Р. И. (ред.). М.: Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН, 2019. С. 171–178.
- Попова 2010 — Попова Т. В. Полифункциональность русского дефиса. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 2010, (4–2): 229–269.
- Попова 2013 — Попова Т. В. Креолизованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX–XXI вв. *Лингвистика креатива — 1*. Гридина Т. А. (ред.). Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2013. С. 147–176.
- Радибурская 2018 — Радибурская Л. В. Поликодовость в российском медийном словотворчестве. *Studia Rossica Gedanensia*. 2018, (5): 51–58.
- Сергеева, Уварова 2014 — Сергеева Ю. М., Уварова Е. А. Поликодовый текст: особенности построения и восприятия. *Наука и школа*. 2014, (4): 128–134.
- Смирнова 2018 — Смирнова Н. В. Мультимедийная история как новый формат представления события в интернет-пространстве. *Мультимедијална стилистика*. Dojčinović D., Mlašin G. (ред.). Баньалука; Грац: Матрица српска — друштво чланова Матице српске у Републици Српској. Институт за славистику Универзитета «Карл Франц» у Грацу. Комисија за стилистику Међународног комитета слависта, 2018. С. 115–121.
- Солнцева 2018а — Солнцева Е. С. Виды связности в медиадискурсе. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2018, 15 (3): 481–491.
- Солнцева 2018б — Солнцева Е. С. Релевантность элементов поликодового текста. *Litera*. 2018, (1): С. 77–84. [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=25194](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=25194) (дата обращения: 24.03.2021).
- Сонин 2005 — Сонин А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления. *Вопросы языкознания*. 2005, (6): 115–123.
- Торопкина 2016 — Торопкина В. А. Поликодовость заголовков электронных СМИ как средство языковой игры. *Актуальные проблемы обучения русскому языку XII*. Brno: Masarykova univerzita, 2016. С. 247–254.
- Тошович 2018 — Тошович Б. Мультимедийная лингвистика. *Мультимедијална стилистика*. Dojčinović D., Mlašin G. (ред.). Баньалука; Грац: Матрица српска — друштво чланова Матице српске у Републици Српској. Институт за славистику Универзитета «Карл Франц» у Грацу. Комисија за стилистику Међународног комитета слависта, 2018. С. 131–153.
- Чернявская 2013 — Чернявская В. Е. Медиальный поворот в лингвистике: поликодовые и гибридные тексты. *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. 2013, 1 (22): 122–127.
- Чернявская 2016 — Чернявская В. Е. Поликодовость vs «логоцентризм» в речевом воздействии. *Общее и прикладное языкознание. Филологические науки*. 2016, (2): 3–10.
- Чичерина 2007 — Чичерина Н. В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. Сер.: Общественные и гуманитарные науки*. 2007, 9 (47): 159–166.
- Шипова 2013 — Шипова И. А. Функциональная сущность мультимедийности как многоуровневого лингвистического знака (на материале немецкоязычного художественного текста). *Историческая и социально-образовательная мысль*. 2013, 5 (21): 289–293.
- Широкова 2019 — Широкова Е. Н. Косая черта и дефис: пунктуационный vs орфографический знак. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 2019, (5): 264–270.
- Chernyavskaya, Kulikova 2020 — Chernyavskaya V., Kulikova L. Multimodalität im sozio-kulturellen Kontext: mit Bildern reden, Bilder verstehen. In: *Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi — Studien zur deutschen Sprache und Literatur*. 2020, (43): 1–20.

- Emoticons 2020 — *Emoticons, kaomoji and emoji. The transformation of communication in the digital age.* Giannoulis E., Wilde L. R. A. (eds). New York: Routledge, 2020. 260 p.
- Kress, van Leeuwen 2001 — Kress G., van Leeuwen T. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication discourse.* London: Arnold, 2001. 152 p.
- Makaruk 2015 — Makaruk L. Linguistic approaches to the study of multimodal text. *Within Language, beyond theories. Discourse analysis, pragmatics and corpus-based studies.* Malec W., Rusinek M. (eds). Vol. III. Cambridge Scholars Publ., 2015. P.26–36.

Статья поступила в редакцию 24 марта 2021 г.  
Статья рекомендована к печати 13 сентября 2021 г.

*Larisa V. Ratsiburskaya*

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod,  
23, pr. Gagarina, Nizhny Novgorod, 603022, Russia  
sovrusyaz\_nngu@mail.ru

*Sabina G. Busareva*

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod,  
23, pr. Gagarina, Nizhny Novgorod, 603022, Russia  
sovrusyaz\_nngu@mail.ru

### **The problem of multimodality as a synthesis of verbal and non-verbal means of influence (based on the material of media texts)\***

**For citation:** Ratsiburskaya L. V., Busareva S. G. The problem of multimodality as a synthesis of verbal and non-verbal means of influence (based on the material of media texts). *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature.* 2021, 18 (4): 831–846. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2021.412> (In Russian)

Due to the increased importance of the text format, the article considers the problem of multimodality which is acute at the turn of 20<sup>th</sup>–21<sup>st</sup> centuries: the specificity of the term and concept of “multimodality”, “multimedia”, and functions of multimodality in modern media texts. A characteristic feature of the modern media text is its multimodal character as an interaction of verbal and non-verbal means. The aim of the study is to identify various types of multimodal neoderivatives and determine their functional specificity. New aspects of media word creation are associated with the multimodal nature of contemporary media texts: monographing — the use of multifunctional elements of one language in graphic hybrids (hyphenation, parenthesis, quotation); capitalization — combination of uppercase and lowercase letters; polygraphing — combination of the elements of various alphabets; codegraphing — combination of different code systems (different fonts, numbers, ideograms, drawings, photos, colors, and emojis). The material of the study includes the texts of printed and electronic media from the beginning of the 21<sup>st</sup> century, as well as advertising texts. In the course of the study, the methods of structural and semantic analysis as well as content analysis were used. The multimodal media neoderivatives intensify the influential effects of media text. As a result of the research, the most representative types of graphic hybrids and emoji characters implementing expressive-game and manipulative tendencies of modern media, as well as performing structural text functions, are identified in the media texts.

*Keywords:* multimodality, media text, graphic hybrids, emojis, communicative effects.

---

\* The reported study was funded by Russian Foundation for Basic Research (RFBR) and Fund for Russian Language and Culture (FRLC), project number 20-512-23003 “Active processes in the modern Russian language and their study in Russian and Hungarian linguistics”.

## References

- Бердышев 2008 — Berdyshev S. N. *Advertising text: methods of composition and design*. Moscow: Dashkov i Ko Publ., 2008. 252 p. (In Russian)
- Занегина 2012 — Zanegina N. N. Improvised-temporary-compounds as a new expressive mean in Russian language. *Komp'uternaia lingvistika i intellektual'nye tekhnologii*. Moscow, 2012, 11 (18), 1: 696–706. (In Russian)
- Конюхова 2005 — Koniukhova T. V. The influence of mass media on mass consciousness in the information society. *Fundamental'nye issledovaniia*. 2005, (3): 71–72. (In Russian)
- Кузьмина 2011 — Kuz'mina N. A. *Modern media text*. Omsk: Poligraficheskii tsentr "Tat'iana", 2011. 413 p. (In Russian)
- Кусе, Чернявская 2019 — Kusse Kh., Cherniavskaia V. E. Culture: Towards its explanatory charge in discourse linguistics. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2019, 16 (3): 444–462. (In Russian)
- Маринова 2005 — Marinova E. V. Visual neologisms: new graphics of "old" words. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. Seriya: Filologiya*. 2005, (1): 127–132. (In Russian)
- Мичурин 2014 — Michurin D. S. *Precedent polycode text in verbal-visual communication of Internet communities: on the material of Russian-language image forums*. Tver': Tverskoi gosudarstvennyi universitet Publ., 2014. 162 p. (In Russian)
- Нефедов, Чернявская 2020 — Nefedov S. T., Cherniavskaia V. E. Context in linguistics: pragmatic and discourse analytical dimension. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*. 2020, (63): 83–97. (In Russian)
- Николина 2019 — Nikolina N. A. The structure and functions of hyphenated complexes in modern written language. In: *Trudy Instituta russkogo iazyka im. V. V. Vinogradova. Vypusk 20. Vzaimodeistvie leksiki i grammatiki*. Zanadvorova A. V., Krysin L. P., Rozanova N. N., Rozina R. I. (eds). Moscow: Institut russkogo iazyka im. V. V. Vinogradova RAN Publ., 2019. P. 171–178. (In Russian)
- Попова 2010 — Popova T. V. Polyfunctionality of the Russian hyphen. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo*. 2010, (4–2): 229–269. (In Russian)
- Попова 2013 — Popova T. V. Creolized derivatives as an element of Russian written communication at the turn of the XX–XXI centuries. In: *Lingvistika kreativa — 1*. Gridina T. A. (ed.). Ekaterinburg: Ural'skii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet Publ., 2013. P. 147–176. (In Russian)
- Рацибурская 2018 — Ratsiburskaia L. V. Multimodality in the Russian media word-creation. *Studia Rossica Gedanensia*. 2018, (5): 51–58. (In Russian)
- Сергеева, Уварова 2014 — Sergeeva Iu. M., Uvarova E. A. Polycode text: features of construction and perception. *Nauka i shkola*. 2014, (4): 128–134. (In Russian)
- Смирнова 2018 — Smirnova N. V. Multimedia history as a new format for presenting events in the Internet space. In: *Mul'timedijalna stilistika*. Dojčinović D., Milašin G. (eds). Bañaluka; Grats: Matritsa srpska — drushtvo chlanova Matitse srpske u Republitsi Srpskoj. Institut za slavistiku Univerziteta «Karl Frants» u Gratsu. Komisija za stilistiku Mehunarodnog komiteta slavista, 2018. P. 115–121. (In Russian)
- Солнцева 2018a — Solntseva E. S. Types of coherence in media discourse. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2018, 15 (3): 481–491. (In Russian)
- Солнцева 2018b — Solntseva E. S. Relevance of polycode text elements. *Litera*. 2018, (1): 77–84. [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=25194](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=25194) (accessed: 24.03.2021). (In Russian)
- Сонин 2005 — Sonin A. G. Experimental study of polycode texts: main directions. *Voprosy iazykoznanii*. 2005, (6): 115–123. (In Russian)
- Торопкина 2016 — Toropkina V. A. The polycode phenomenon of titles of electronic media as a language game. In: *Aktual'nye problemy obucheniia russkomu iazyku XII*. Brno: Masarykova univerzita, 2016. P. 247–254. (In Russian)
- Тошович 2018 — Toshovich B. Multimedia linguistics. In: *Mul'timedijalna stilistika*. Dojčinović D., Milašin G. (eds). Bañaluka. Grats: Matritsa srpska — drushtvo chlanova Matitse srpske u Republitsi Srpskoj. Institut za slavistiku Univerziteta "Karl Frants" u Gratsu. Komisija za stilistiku Mehunarodnog komiteta slavista, 2018. P. 131–153. (In Russian)

- Чернявская 2013 — Cherniavskaia V. E. The medial turn in linguistics: polycode and hybrid texts. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. 2013, 1 (22): 122–127. (In Russian)
- Чернявская 2016 — Cherniavskaia V. E. Multimodality vs “logocentrism” in Persuasion. *Obshchee i prikladnoe iazykoznanie. Filologicheskie nauki*. 2016, (2): 3–10. (In Russian)
- Чичерина 2007 — Chicherina N. V. Typology of media texts as the basis for the formation of media literacy. *Izvestiia Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena. Seriya: Obshchestvennye i gumanitarnye nauki*. 2007, 9 (47): 159–166. (In Russian)
- Шипова 2013 — Shipova I. A. The functional essence of multicode as a multilevel linguistic sign (based on a German-language literary text). *Istoricheskaja i sotsial'no-obrazovatel'naja mys'l'*. 2013, 5 (21): 289–293. (In Russian)
- Широкова 2019 — Shirokova E. N. Slash and hyphen: punctuation mark vs orthographic sign. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo*. 2019, (5): 264–270. (In Russian)
- Chernyavskaya, Kulikova 2020 — Chernyavskaya V., Kulikova L. Multimodalität im sozio-kulturellen Kontext: mit Bildern reden, Bilder verstehen. *Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi — Studien zur deutschen Sprache und Literatur*. 2020, (43): 1–20.
- Emoticons 2020 — *Emoticons, kaomoji and emoji. The transformation of communication in the digital age*. Giannoulis E., Wilde L. R. A. (eds). New York: Routledge, 2020. 260 p.
- Kress, van Leeuwen 2001 — Kress G., van Leeuwen T. *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication discourse*. London: Arnold, 2001. 152 p.
- Makaruk 2015 — Makaruk L. Linguistic Approaches to the study of multimodal text. *Within language, beyond theories. discourse analysis, pragmatics and corpus-based studies*. Malec W., Rusinek M. (eds). Vol. III. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2015. P. 26–36.

Received: March 24, 2021

Accepted: September 13, 2021