



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2024.4.11>

UDC 811.161.1  
LBC 81.411.2



Submitted: 22.02.2024  
Accepted: 13.05.2024

## POLYCODENESS AS CREATIVITY MANIFESTATION IN MODERN MEDIA TEXT <sup>1</sup>

**Larisa V. Ratsiburskaya**

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia

**Sabina G. Busareva**

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia

**Abstract.** The article deals with the techniques and means of polycodeness realization in print and electronic media texts. The purpose of the study is to describe various techniques and means of polycodeness as creativity manifestation in modern media texts. The new research material, introduced into scientific field, has been analyzed within the framework of an up-to-date linguacreative aspect. As a result, the structural and functional specificity of various types of polycodeness was revealed. The research material shows the peculiarities graphic means of polycodeness functioning: monografication (hyphenation, parenthesis, use of punctuation marks), capitalization, polygrafixation, codografixation, drawing. The following functions of non-graphic means of polycodeness, namely colour highlights, photographic images, are revealed, including the actualization of ambivalence in reading the text and focusing on the content of the publication. The cases of complex use of polycodeness means are described. Complex means of polycodeness are represented by combinations of codografixation and colour selection, monografixation and capitalization, capitalization and polygrafixation, font and photo images selection, colour and photo images selection. The textual positions of the polycode facts are determined: heading complexes, advertising slogans. The headlines and slogans with polycodeness manifestations are shown to have some creative and attractive potential and can serve as an effective factor in the text expressivity intensification in various fields of communication. The analysis results indicate the universal nature of graphic and non-graphic means of polycodeness used in thematically heterogeneous publications.

**Key words:** media, polycodeness, graphic means of polycodeness, non-graphic means of polycodeness, linguacreativity, linguapragmatics.

**Citation.** Busareva S.G., Ratsiburskaya L.V. Polycodeness as Creativity Manifestation in Modern Media Text. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2024, vol. 23, no. 4, pp. 142-158. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2024.4.11>

УДК 811.161.1  
ББК 81.411.2

Дата поступления статьи: 22.02.2024  
Дата принятия статьи: 13.05.2024

## ПОЛИКОДОВОСТЬ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ КРЕАТИВНОСТИ СОВРЕМЕННОГО МЕДИЙНОГО ТЕКСТА <sup>1</sup>

**Лариса Викторовна Рацибурская**

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,  
г. Нижний Новгород, Россия

## Сабина Гадир-кызы Бусарева

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,  
г. Нижний Новгород, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются приемы и средства поликодовости в медийных текстах печатных и электронных СМИ. Цель работы – исследование различных приемов и средств поликодовости как проявления креативности современных медийных текстов. В научный оборот введен новый исследовательский материал, который анализируется в актуальном лингвокреативном аспекте. Установлена структурно-функциональная специфика различных видов поликодовости. На новом материале показано функционирование графических средств поликодовости: монографикации (дефисация, парентезис, использование знаков препинания), капитализации, полиграфикации, кодографикации, рисунка. К функциям неграфических средств поликодовости (цветовые выделения, фотоизображения) относятся актуализация амбивалентности прочтения текста и акцентирование внимания на содержании публикации. Описаны случаи комплексного применения средств поликодовости. Комплексные средства поликодовости представлены сочетаниями кодографикации и цветового выделения, монографикации и капитализации, капитализации и полиграфикации, шрифтового выделения и фотоэлементов, цветового выделения и фотоэлементов. Определены текстовые позиции фактов поликодовости: заголовочные комплексы, рекламные слоганы. Заголовки и слоганы с проявлениями поликодовости обладают креативным и аттрактивным потенциалом и могут быть действенным фактором экспрессивизации текста в разных сферах коммуникации. Результаты анализа материала свидетельствуют об универсальном характере графических и неграфических средств поликодовости в тематически разнородных публикациях.

**Ключевые слова:** медиа, поликодовость, графические средства поликодовости, неграфические средства поликодовости, лингвокреативность, лингвопрагматика.

**Цитирование.** Рацибурская Л. В., Бусарева С. Г. Поликодовость как проявление креативности современного медийного текста // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языковедение. – 2024. – Т. 23, № 4. – С. 142–158. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2024.4.11>

### Введение

Процессы информационного обмена в современном обществе тесно связаны с представлениями о моделях и уровнях коммуникации, с понятием коммуникации. Современные исследователи определяют ее как «интегративное речемыслительное пространство, природа которого не сводится к языку» и считают, что «язык – только важнейшая составляющая коммуникации, но не единственная» [Шарандин, 2019, с. 118].

В.М. Алпатов акцентирует внимание на том, что лингвист, рассматривая факты языка, находится в проблемной ситуации, поскольку ему необходимо выстроить специфическую позицию к изучаемому материалу: «Постоянно идет борьба стремления к строгому изучению своего объекта по образцу естественных наук, с опорой на наблюдаемые факты, и желание рассматривать язык вместе с говорящим на нем человеком, с учетом интуиции, интроспекции и творческих способностей людей» [Алпатов, 2015, с. 18].

Постулат о функциональных границах лингвистики, сформулированный А.Е. Кибриком – «всё, что имеет отношение к существованию и функционированию языка, входит в компетенцию лингвистики» [Кибрик, 1992, с. 20], – используется применительно к анализу дискурсивных практик новейшего времени. Как отмечает В.Е. Чернявская, «можно констатировать расширение предметных границ лингвистики, изменение ее теоретических представлений о речевой системности, перемещение фокуса на информацию о поликодовом характере коммуникации, о роли иных семиотических кодов в организации высказывания в социальном взаимодействии (курсив наш. – Л. Р., С. Б.)» [Чернявская, 2021, с. 8]. По мнению И.А. Сафоновой, «роль разных каналов получения информации о реальной действительности, значимость этой информации для человека... неодинаковы» [Сафонова, 2023, с. 107].

Сегодня приоритеты в сфере исследований связаны с тем, что в настоящее время специалисту приходится работать в многоязычном поликодовом пространстве. Новыми

объектами лингвистики становятся интердискурсивность, медиальность, поликодовость [Нефедов, Чернявская, 2020, с. 85–86]: «...социальные значения создаются в нелингвистическом семиозисе, визуальный модус общения, изображения, типографика, жесты становятся объектами рефлексивной деятельности человека в социуме и участвуют в интерпретации и порождении смыслов» [Чернявская, 2021, с. 19].

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, с. 129]. Ученые отмечают важность зрительного канала восприятия: «Зрение является основным модусом (модальностью) восприятия, а доминирование зрения (“окулярцентризм”) – общечеловеческой универсалией» [Сафонова, 2023, с. 107]. Результаты лингвистических исследований свидетельствуют о том, что к языкам, демонстрирующим доминирование у носителей зрительного восприятия как способа получения знаний о мире, относится русский язык [Горбань и др., 2015, с. 241–290].

На рубеже XX–XXI вв. широкое распространение получили исследования того, в какой степени материальный формат коммуникации влияет на ее содержание. Актуализация содержания за счет ценности канала общения становится распространенным приемом в эпоху средств массовой информации. Формат оказывается значимым и содержательным, поскольку «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, с. 4].

Взаимодействие разных коммуникативных каналов определяется в научных исследованиях следующими терминами: «мультимодальность», «мультимедальность», «полимедальность», «поликодовость». Понятие поликодовости связано с понятием коммуникативного кода, где код – система условных обозначений, сим-

волов, знаков и правил их комбинирования для различных информационных операций. Термин «поликодовость» тем самым отражает разнообразие кодов, используемых в тексте.

Поликодовость исследуется в работах многих современных авторов (см., например: [Кузьмина, 2011; Мичурин, 2014; Рацибурская, 2018; Рацибурская, Бусарева 2021; Тошович, 2018; Чернявская, 2013; 2016; Чичерина, 2007; Шипова, 2013; Kress, van Leeuwen, 2001; Makaruk 2015] и др.). Они показывают, что в поликодовом тексте 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, с. 131].

Тем самым поликодовость – одно из проявлений лингвокреативного потенциала носителей языка. Исследование лингвокреативности стало актуальным научным направлением лингвистики XXI века. С развитием интернет-коммуникации расширились возможности для использования креативных ресурсов языка [Иванова, Клушина, 2021]. Лингвокреативная специфика поликодовых текстов тесно связана с их аттрактивностью и экспрессивно-воздействующим потенциалом: «Выразительность и собственно персуазивный воздействующий эффект складывается во взаимодействии используемых языковых или неязыковых ресурсов между собой, а также с экстралингвистической информацией...» [Чернявская, 2021, с. 140]. Поликодовость выступает как эффективный инструмент речевого воздействия, в котором соединяются рациональное, логоцентрическое и эмоционально-чувственное начала. «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» [Рацибурская, Бусарева, 2021, с. 834].

По мнению ученых, письменная интернет-коммуникация также обладает сильным воздействием потенциалом и имеет ряд характерных черт, которые сближают ее с

современными печатными и электронными СМИ: «Эллиптичность; редукция значимых метатекстовых компонентов (пренебрежение к речевым нормам); экспрессивность; тяготение к апологетическим и саркастическим приемам коммуникации; склонность к языковой игре, основанной на использовании каламбура, парадокса, алогизма, оксюморона, паронимической аттракции и других лингвистических приемов» [Бабук, 2023, с. 17].

Использование поликодовых текстов «стало возможным благодаря интерактивности гипертекста и креативности» [Бабук, 2023, с. 17], которой в целом наделяются медиатексты и компьютерно-опосредованная коммуникация, «где все участники стремятся реализовать такие же возможности общения, какие они используют в условиях живого контакта “лицом к лицу”» [Бабук, 2023, с. 17].

Цель данного исследования – описание различных приемов и средств поликодовости как реализации креативности современных медийных текстов печатных и электронных СМИ. В ходе анализа рассмотрены графические виды поликодовости вербального и невербального характера. При этом учитывалось, что цвет, рисунок и фотоизображения выступают в медиатекстах и как самостоятельное средство поликодовости, и как сопутствующее графической поликодовости средство. Объектом анализа выступают проявления поликодовости, где в рамках контекста задействованы различные средства поликодовости. Поликодовость может быть представлена в новообразованиях словного характера, фрагментах текста, рекламных слоганах.

### Материал и методы

Материал исследования – медийные тексты печатных и электронных СМИ, посвященные темам информационных технологий, культуры и искусства, медицины, образования, религии, спорта, экономики и др. Источники материала: издания в печатном и электронном вариантах (газеты «Версия», «Вестник Нафтана», «Вечерняя Москва», «Газета.ру», «Известия», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Наша версия», «Ревдинский рабочий», «Российская газета», «Тульские новости», «Celedka»; журналы

«Фома», «Эксперт»); веб-сайты (agitblog.ru, alfalife-nn.com, arzamas.ru, livejournal.com, ntv.ru, onlinetambov.ru, smotrim.ru, wciom.ru, zdravomedru.com, 66.ru); телеграм-каналы (t.me/lobachevsky\_university). В данной статье представлены материалы 15 печатных изданий и 12 интернет-источников. Описаны 72 случая поликодовости в указанных медийных источниках. Примеры из анализируемых источников приводятся в оригинальной орфографии и пунктуации.

В ходе исследования использовались различные методы изучения материала. При определении структуры новообразований и их функционально-семантической характеристике применялся метод структурно-семантического анализа, при определении семантической структуры слова – метод компонентного анализа, при определении роли заголовка в тексте публикации – метод контент-анализа.

### Результаты и обсуждение

Средства поликодовости, рассматриваемые в данной статье, это родовая рубрикация, которая в дальнейшем дифференцируется.

#### 1. Графические средства поликодовости

Классификация графических средств поликодовости представлена в статье с учетом классификации Т.В. Поповой, которая характеризует сочетания различных графических и неграфических средств в рамках слова [Попова, 2013]. На наш взгляд, в подобных случаях можно говорить о поликодовости применительно к отдельным новообразованиям, а не только по отношению к тексту в целом. С учетом предложенной Т.В. Поповой классификации, средства поликодовости могут быть дифференцированы на графические вербальные и графические невербальные в зависимости от отношения к знакам письма.

##### 1.1. Графические вербальные средства

К графическим вербальным средствам поликодовости, на наш взгляд, можно отнести использование алфавитных знаков разных языков, а также другие средства письма: орфографические и пунктуационные знаки. В классификации Т.В. Поповой представлены дефисация, парентезис, знаки препинания, капитализация, по-

лиграфикация. Данные средства поликодовости достаточно широко используются в анализируемых в данной статье медийных источниках.

### 1.1.1. Дефисация

Дефисация – прием поликодовости, при котором дефис разделяет слово на значимые части, соответствующие самостоятельным словам или морфемам [Попова, 2013, с. 161]. Дефис может использоваться для актуализации исходных слов:

(1) **Долго**-жданные правила. Главный судебный пристав России Дмитрий Аристов: «Готовятся меры по защите граждан от ошибочного списания денег» (<https://rg.profkiosk.ru/600635>).

Новообразование *со-твори* в заголовке журнала «Фома» также создано с помощью дефисации:

(2) **Со-твори!** (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-7-243-iyul-2023-g>).

Название тематически соотносится с разделом журнала, посвященным разговору об искусстве кинематографа: «“Самый главный дар в искусстве – способность передать любовь”. Разговор Владимира Легойды с режиссером Андреем Кончаловским».

Для создания публикаций телеграм-канала Университета Лобачевского ([https://t.me/lobachevsky\\_university](https://t.me/lobachevsky_university)) используется прием голофразиса, в результате чего на основе рядов однородных членов предложения формируются соединенные с помощью дефиса семантико-графические комплексы, в структурном отношении напоминающие вид адресной строки браузера:

(3) Как согреваетесь в эти выходные? **Чай-кофе-какао; Кровать-плед-шерстяные носки;** Я не мерзну, люблю такую погоду ([https://t.me/lobachevsky\\_university](https://t.me/lobachevsky_university). 04.12.2022).

В подобных случаях дефис не столько актуализирует части исходного слова, сколько включает отдельные слова в единый комплекс.

### 1.1.2. Парентезис

Парентезис – графическое выделение частей слова с помощью скобок. Благодаря

скобкам возможно виртуальное, двойное прочтение текста, смысл которого может быть различным в зависимости от учета / неучета скобок [Попова, 2013, с. 161]:

(4) Не тех **о(б)суждаете** (<https://versia.ru/ne-tex-obsuzhdaete?ysclid=Iso7u68kxu902285536>).

Нередко в скобки заключается *не*, в результате чего в рамках одного текста сталкиваются противоположные смыслы:

(5) Красота (**не**) спасет мир (<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/krasota-ne-spaset-mir>).

В заголовке письма

(6) (**По**)купание красного коня ([arzamas.ru](https://arzamas.ru), 03.12.2022)

в скобки заключен префикс *по-*, в письме анонсирован подкаст о коллекционировании картин XX века. Отметим, что использование парентезиса в данном заголовке позволяет акцентировать внимание читателей на прецедентном названии картины К.С. Петрова-Водкина «Купание красного коня».

### 1.1.3. Знаки препинания как средство создания поликодовости

Один из приемов графической поликодовости – использование знаков препинания внутри слов. Так, в заголовке

(7) ХОП МУСОР.**ОК?** (Ревдинский рабочий. 22.07.2020)

точкой разделен жаргонизм *мусорок* на арготизм *мусор* и сленговый англицизм *ок*. В заголовке содержится отсылка к прецедентному названию популярной песни начала 2000-х гг. «Хоп, мусорок».

Часть слова может вытесняться многоточием:

(8) Летайте **...бедой**. Описаниями конфликтов авиакомпании «Победа» с пассажирами заполнен весь Интернет (Наша версия. 20.03.2017).

Рассмотренные графические приемы поликодовости (дефисация, парентезис, исполь-

зование знаков препинания) относятся к монографикации (о ней см.: [Попова, 2013, с. 161]).

#### 1.1.4. Капитализация

Еще один графический прием поликодовости – капитализация, при которой с помощью прописных букв в одном узуальном слове выделяется часть, соответствующая другому узуальному слову [Попова, 2013, с. 162]. Наш материал показывает, что при капитализации возможно выделение исходного слова в составе производного:

(9) «**ГАДЖЕТ**изация» населения – источник счастья или опасности? «Лаборатория Касперского» опубликовала результаты исследования (<https://66.ru/business/news/112768/?ysclid=iso81ed4zl483467648>).

Может выделяться слово, семантически не связанное с базовым:

(10) **БОЛЬ**шая распродажа (реклама; видимо, в целях демонстрации большого количества);

(11) МЭР – **ЗВЕЗДА** – Джигур**ДА!** (политический слоган в предвыборной кампании);

(12) **СОЧ**инения (Коммерсантъ. 03.07.2018; заголовков о шуточных стихах про Олимпиаду в Сочи).

В исходном слове может выделяться имя собственное:

(13) **ТУСК**лое солнце солидарности (НТВ. 26.11.2023).

В тексте, предваряющем сюжет об известном польском государственном деятеле Дональде Туске, выделяется его фамилия.

К капитализации обычно относят выделение аббревиатур в составе узуальных слов:

(14) Ну, заморо**ЗИЛ** (реклама холодильников «ЗИЛ»);

(15) **ВИЧ**ные истины (<https://www.kommersant.ru/doc/2296195>; в устойчивом словосочетании *вечные истины* выделяется известная аббревиатура *ВИЧ*).

В последнее время активно обыгрывается аббревиатура *СВО*:

(16) **СВО**их не бросаем (<https://smotrim.ru/brand/69698?ysclid=iso8g29eml289277959>).

В заголовке

(17) «Бобр**Ы**, бобруйчане и другие **жЫ**вотные» (<https://soundcoder.livejournal.com/587261.html?ysclid=iso8obmj9t207566969>. 24.08.2005)

большая буква *Ы* одновременно относится к словам *бобры* и *животные* (рис. 1). Возможно, смысл капитализации в данном случае в том, что с помощью заглавной буквы выделяется написание, противоречащее современным правилам орфографии.

Капитализация нередко сопровождает контаминацию:

(18) Украина: новая **ЗЕ**поха. Победа Владимира Зеленского на выборах... (Газета.ru. 23.04.2019).



Рис. 1. Капитализация как средство создания поликодового текста

Fig. 1. Capitalization as a means of creating a polycode text

В гибридном новообразовании на базе слов *Зеленский* и *эпоха* выделяется начало фамилии с совмещением частей исходных слов.

Графически выделенное слово или приставка могут внедряться в узуальное слово путем тмезиса, как, например, в собственное имя-топоним *Чернобыль* внедряется слово *небыль* с выделением приставки *не-*:

(19) Черно**НЕ**быль (заголовок). Итак, Чернобыль. Совместный ребенок двух гигантских медиа-корпораций – WarnerMedia и Comcast. <...> Главный мысл фильма: конфликт маленький человек и большой тоталитарной систем (<https://agitblog.ru/videoblog/chernonebyil.html>).

При этом создается возможность двоякого, противоположного прочтения (Чернобыль – быль или небыль).

При капитализации возможны формальные видоизменения:

(20) Право**ХОРО**нительные органы (Газета.ру. 05.08.2018).

В слове *правоохранительные* по типу тмезиса выделяется часть глагола *хоронить*.

Прием капитализации может использоваться в пространстве не только слова, но и текста. Публикация

(21) Спрос **ПО** растущей цене (заголовок). Российский софт воспользовался конъюнктурой (Коммерсантъ. 09.03.2022)

посвящена уходу крупнейших зарубежных разработчиков с российского рынка в начале 2022 года. В заголовке прописными буквами выделен предлог *по*, который соотносится с общепринятой аббревиатурой *ПО* (программное обеспечение).

В результате контаминации новообразование увеличивает семантический объем, что способствует расширению ассоциативных связей в сознании адресата. Проявления капитализации наблюдаются прежде всего в заголовках и рекламных слоганах, что обуславливает аттрактивность и экспрессивность медийных текстов.

### 1.1.5. Полиграфикация

К проявлению поликодowości в медийных текстах можно отнести и полиграфика-

цию – использование в рамках графического гибрида элементов разных алфавитов [Попова, 2013, с. 162].

При полиграфикации часть узуального слова заменяется созвучным иноязычным словом-англицизмом, как в рекламе (22), посвященной компьютерам марки Sens, или в заголовке (23):

(22) «Sensация, которую вы ждали;

(23) **RECORDНЫЙ** НОВЫЙ ГОД (Celedka. № 10 (5), декабрь 2015).

Статья под заголовком (24) посвящена популярному клипу корейского исполнителя PSY, который на YouTube собрал почти 800 млн просмотров. В новообразовании обыгрываются звучание псевдонима исполнителя *Псай* и части слова *психоз*.

(24) Массовый **PSY**хоз (<https://expert.ru/expert/2012/47/massovyij-psyhoz/>).

В новообразовании часть исходного узуального слова может заменяться иноязычной аббревиатурой:

(25) Бакала**VR**. Зачем студенту нужен киберспорт (rg.ru. 22.11.2023).

Здесь обыгрывается новая аббревиатура VR (англ. *virtual reality* – виртуальная реальность).

В некоторых случаях слово с полиграфикацией допускает двоякое прочтение – ассоциацию с инвективной лексикой:

(26) **SPA**льня – вывеска салона красоты в Новосибирске.

Полиграфикация нередко сопровождается контаминацией:

(27) **BMW**онь года: в Туле иномарку залили фекалиями и машинным маслом (Тульские новости. 10.01.2021).

В новообразовании совмещаются аббревиатура – марка автомобиля *BMW* и слово *вонь*.

В заголовке статьи (30) наблюдается сочетание неологизма на базе заимствованной лексики *вау-эффект* (англ. *wow factor/wow effect* какое-либо качество или свойство объекта, вызывающее у людей воодушевление или восхищение) и аббревиатуры *BAU*

(англ. *binding antibody units* – единицы связывающих антител), обозначающей международный стандарт единицы измерения антител к коронавирусу (BAU/ml):

(28) **BAU**-эффект: как пересчитать антитела к коронавирусу по шкале ВОЗ (iz.ru. 16.12.2021).

Иноязычное слово часто представлено в названиях медийных изданий:

(29) **ALFA ЖИЗНЬ** (alfalife-nn.com).

При полиграффиксации активно эксплуатируется модель адреса веб-страницы в Интернете, где стандартная часть *net* созвучна слову *нет*:

(30) Виновных **net**? О мошенниках в интернете правоохранители предупреждали не раз, об их аферах неоднократно рассказывали средства массовой информации, но число жертв киберпреступлений меньше не становится (<https://gazeta.naftan.by/vinovnyx-net?ysclid=iso93ehoah318235398>);

(31) Плагиата.**NET**. Списать дипломную работу в вузе будет невозможно (Российская газета. 09.08.2018);

(32) Жалоб.**net** (Коммерсантъ. 24.06.2020).

Иноязычное слово может заменять исконное в составе прецедентного текста:

(33) Не верь, не **Boeing**, не проси (Коммерсантъ. 18.07.2015; «Не верь, не бойся, не проси», о годовщине крушения Boeing 777 в Донбассе);

(34) Ни **FIFA** не ясно. Футбол в рекламных целях выявил много спорных моментов (Коммерсантъ. 03.07.2018) – переключка с инвективным словом;

(35) Мотай на **US Open**! Шесть россиян из девяти вышли во второй круг Открытого чемпионата США по теннису (<https://www.mk.ru/sport/tennis/article/2013/08/29/907350-motay-na-us-open.html?ysclid=iso8xntgprz328248890>; обыгрывается устойчивое выражение *мотай на ус*);

(36) **HOTEL**и как лучше. Российские гостиницы с 21 октября начнут работать по новым правилам (Российская газета. 19.10.2015).

Приведенные примеры свидетельствуют о том, что полиграффиксация представлена в границах отдельного слова, устойчивого словосочетания и целого текста. Она усиливает аттрактивность и экспрессивность текста.

## 1.2. Графические невербальные средства

К графическим невербальным средствам относятся наряду с вербальными средствами идеографические знаки и знаки других кодовых систем, рисунки, шрифтовые выделения. Последние обычно сопровождают другие графические средства (см. п. 4). В классификации Т.В. Поповой выделяется такой прием, как кодографикация.

### 1.2.1. Кодографикация

Кодографикация – еще один прием создания поликодовости, при котором сочетаются средства различных кодовых систем [Попова, 2013, с. 162].

При кодографикации часто используются цифры, особенно цифры, обозначающие число *100*, характерные для рекламных названий, слоганов, вывесок:

(37) на**100**ящий сок;

(38) про**100** кухня;

(39) **100**ловая;

(40) про**100** новости;

(41) BAR in**100**GRAMM (вывеска);

(42) **3D**евятое царство. Школьники погружаются в цифровую реальность (Российская газета. 03.09.2018).

Заголовки поликодового характера могут создаваться при помощи небуквенных символов:

(43) ∞ апреля. бесконечность начинается в воскресенье (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-4-180-aprel-2018g>).

В заголовке используется символ бесконечности (∞) для обозначения даты празднования Пасхи в 2018 г. – 8 апреля. Возможно, заголовок также содержит ссылку к названию повести братьев Стругацких «Понедельник начинается в субботу».

Помимо различных невербальных элементов в составе слов исследователи выделяют и другие невербальные средства поликодовости, в частности рисунок.

### 1.2.2. Рисунок

Рисунок – графическое невербальное средство, которое способствует аттрактивности и эк-



спрессивности текста и позволяет экономно обозначить его содержание. Так, в названии рекламной газеты (44) включается эмблематическое изображение сердца в букву *o* предлога *pro* (рис. 2):

(44) Про здоровье (www.zdravomedru.com).

В данном случае можно говорить об использовании рисунка как средства поликодовости.

В заголовке (45), расположенном на фоне фотоизображения, в слове *королева* на месте второй буквы *o* размещено изображение оранжевой тыквы, коррелирующее с содержанием заголовка и статьи (рис. 3):

(45) Оранжевая королева осени (Вечерняя Москва. 28.10.2020).

Графические невербальные средства нередко сопровождают вербальные и усиливают их (см. п. 4).

2. Цвет как средство поликодовости

Цветовые выделения – средство поликодовости, которое широко распространено в медиа: «...опыт цветового восприятия имеет сходство с эмоциональным опытом или ощущением аффекта» [Арнхейм, 2012, с. 315].

Цветом обычно выделяются слова и их части, которые семантически связаны с базовым словом, но такой связи может и не быть.

Цветом нередко выделяется частица *не* (см. рис. 4):

(46) Противоречия в отношениях, которые **не** стоит разрешать (АЛФАЖИЗНЬ. № 45, апрель 2023).



Рис. 2. Про здоровье  
Fig. 2. About Health

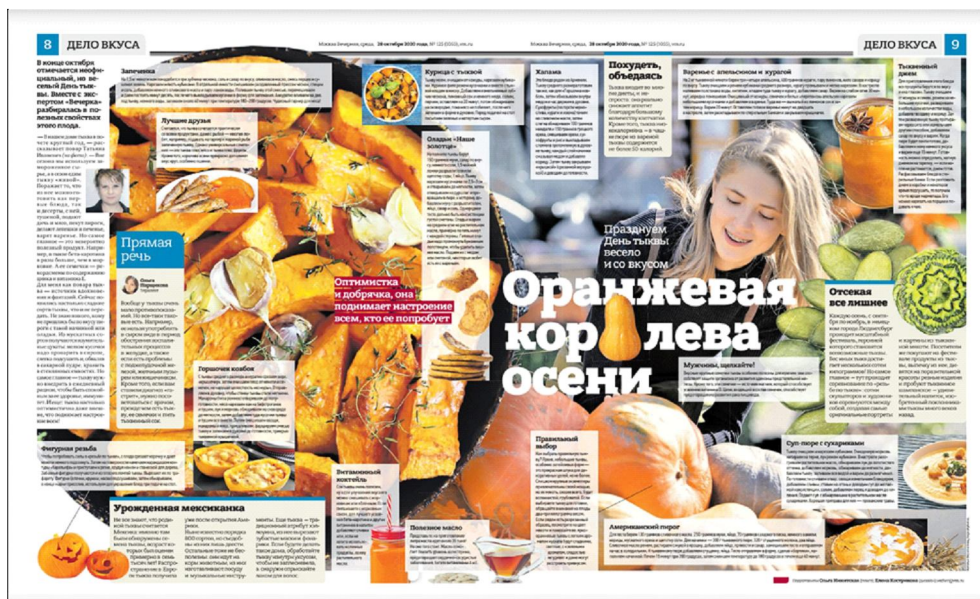


Рис. 3. Оранжевая королева осени  
Fig. 3. The Orange Autumn Queen

Красным цветом также выделено начало заголовка (*Противоречия в отношениях*).

Цветом может быть выделена приставка, например *анти-* (рис. 5):

(47) **Антиуроки** «Креативный изобретатель» (реклама в журнале ALFAЖИЗНЬ; № 45, апрель 2023).

Использование цвета как элемента поликодового текста характерно и для электронных медийных публикаций. В данном аспекте можно отметить многофункциональность цветового параметра.

Так, использование цвета может быть связано с амбивалентностью прочтения (*смертельный – несмертельный, человечность – вечность, постом – потом, поднимает – понимает*):

(48) **НЕСМЕРТЕЛЬНЫЙ НОМЕР**. Как преодолеть свои страхи по-христиански ([https://](https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-12-176-dekabr-2017g)

[www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-12-176-dekabr-2017g](https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-12-176-dekabr-2017g));

(49) У нас в запасе **человечность** (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-11-235-noyabr-2022g>);

(50) Постом придет весна. 21 февраля начинается путь к Пасхе (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-2-238-fevral-2023-g>);

(51) Кто-то без слов тебя **ПОДНИМАЕТ** (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-2-250-fevral-2024-g>).

Использование цвета в публикации (52) актуализирует в сознании читателя сочетание *взять себя в руки* успокоиться, достичь самообладания и *взять (брать) в руки* подчинять себе, заставить повиноваться (здесь, скорее всего, реализуется контекстуальное значение сочетания *взять себя в Его руки* довериться Богу):

(52) Возьми себя в **Его** руки. Кого и почему Христос призвал быть как дети? (<https://www>.



Рис. 4. Противоречия в отношениях...

Fig. 4. Contradictions in the Relationship...



Рис. 5. Антиуроки «Креативный изобретатель»

Fig. 5. Anti-Lessons "The Creative Inventor"

lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-4-216-aprel-2021g).

В заголовке (53) с помощью цвета выделяются части слов *хочу* и *доверять*, на стыке которых образуется третье слово *чудо*:

(53) **ХОЧУ**ДОВЕРЯТЬ. Верить в чудеса: стыдно или правильно? (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-10-210-oktyabr-2020g>).

В заголовке (54) красный цвет используется для выделения слова *Бог* в рамках слова *любовь*, что позволяет читателю увидеть два варианта заголовка одновременно: *Любовь может всё* и *Бог может всё* (рис. 6):

(54) **ЛЮБОВЬ** может всё (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-5-217-may-2021g>).

В случаях амбивалентного прочтения семантическая связь между вариантами прочтения в языке может отсутствовать, но возникает в рамках данного текста, формируя глубинные смыслы.

Другие случаи использования цвета как проявления поликодовости связаны не столько с амбивалентностью прочтения, сколько с намерением автора медийного текста акцентировать внимание внутри заголовка на основном содержании публикации (*рай, пост, осень*):

(55) **ВЫБИРАЙСЯ** НА СВЕТ. Почему первые люди лишились рая и как нам в него вернуться? (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-11-211-noyabr-2020g>);

(56) **ПОСТАРАЙСЯ** ВЗЛЕТЕТЬ. Великий пост: не ограничение, а возможность (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-3-227-mart-2022g>);

(57) нас **ОСЕНИЛО** красотой (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-10-246-oktyabr-2023-g>).

В заголовке (58) красным цветом выделяется аббревиатура *ХВ*, обозначающая пасхальное приветствие *Христос Воскресе!*:

(58) **ХВАТИТ** БОЯТЬСЯ. Пасха: главный вирус уже побежден (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-4-204-aprel-2020g>).

Заголовок (59) содержит неодериват, образованный по типу тмезиса, и в данном контексте формальное изменение (*взбодришь + добро*) выделено с помощью более насыщенного оттенка цвета:

(59) **ВЗДОБРИСЬ!** (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-12-236-dekabr-2022g>).

Цветовые выделения не только обладают ярким воздействием, но и увеличивают семантический объем заголовка, предвосхищая содержание текста.



Рис. 6. «Любовь может всё»  
Fig. 6. “Love Can Do Anything”



### 3. Фотоизображения как средство поликодовости

Фотоизображения, как и рисунок, – действенное средство поликодовости в современном медиатексте.

В заголовке (60) наблюдается формальное (графемное) видоизменение, поддерживаемое визуальным оформлением публикации: текст заголовка расположен на фоне боксерских перчаток:

(60) **Бить** христианином: призывал ли Иоанн Златоуст к насилию над богохульниками (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-6-158-iyun-2016g>).

В заголовке (61) в контаминированном деривате *огневоопасный* (*огнеопасный* + *гнев*) с помощью красного цвета выделяется часть, совпадающая с узуальным *гнев*. Семантический объем графического гибрида коррелирует с изображением на обложке журнала горящих спичек:

(61) **Огневоопасный** момент: как остаться христианином в сетевом споре (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-2-166-fevral-2017g>).

Контаминированный дериват *снежные* (*снег* + *нежный*) в заголовке (62) также соотносится с выбором фотоэлементов: на обложке журнала изображена пара пингвинов:

(62) **Снежные** чувства. Что делать, если чувствуешь холод в отношениях с любимым? (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-11-175-noyabr-2017g>).

Заголовок (63), содержащий графический гибрид с формальным видоизменением (*обезвоживание* + *Бог*), поддерживается визуальным средством: на обложке изображены крупные капли воды:

(63) Избегай **обезбоживания** (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-9-233-sentyabr-2022g>).

В заголовке (64) с контаминированным словом *верхчеловек* (*сверхчеловек* + *вверх*) цветом выделена видоизмененная часть префикса *сверх-*. На обложке журнала изображен улыбающийся ребенок, которого подбрасывают вверх мужские руки:

(64) Ты рожден стать **верхчеловеком** (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-10-234-oktyabr-2022g>).

Фотоизображения служат в основном средством иллюстрации контаминированных новообразований в медийных заголовках.

### 4. Комплексные средства поликодовости

Средства поликодовости нередко используются комплексно, особенно в рекламных текстах.

В заголовке (65) дефисацией и капитализацией выделяется название игры *ГО*:

(65) С Новым **ГО**-дом! <...> Сотрудники золотодобывающей компании «Полиметалл» совместно с тренерами Приморской Федерации ГО устроили настоящий праздник с обучением игре ГО воспитанникам «Центра содействия семейному устройству детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, № 2 г. Владивостока (Комсомольская правда. 31.12.2019).

Капитализация может сопровождать полиграфиксацию. В рекламе вечеринки (68) латинская часть слова (англ. *party* – вечеринка) выделяется прописными буквами:

(66) **PARTY**заны В ГАРАЖЕ (<https://www.onlinetambov.ru/afisha/party/partyzany-v-garazhe/?ysclid=iso9i4605c499929525>).

В заголовке

(67) **Л1:0**БОВЬ УЖЕ ПОБЕДИЛА (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-5-193-may-2019g>)

наблюдается использование кодографиксации: буква *Ю* представлена в виде цифр 1 и 0, а также двоеточия, обозначающего в данном контексте счет в игре. В графическом гибриде содержится и цветовое выделение, соотносимое по смыслу со всем заголовочным комплексом (любовь победила со счетом 1:0).

Средства кодографиксации, в частности цифры, могут сочетаться с рисунком, как в рекламе

(68) на**100**ящий мед.

В слове *мёд* вместо буквы *ё* – изображение пчелы, похожее на эту букву (глаза – точки над е).

В названии казахстанского еженедельника (69) буква *T* стилизуется под изображение антенны и выделяется цветом:

(69) АНТЕННА (20–26.12.2021).

С использованием нескольких средств поликодности создается и следующий заголовок:

(70) Совсем **забили**? Обида на родителей: советы для тех, кто считает, что их воспитали несчастными (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-6-170-iyun-2017g>).

В публикации одновременно реализованы прямое и переносное значения слова *забить* ударами вбить, вогнать (гвоздь, клин и т. п.) во что-л.; вколотить и угнетая, довести до отупения, лишить способности сопротивляться. Для усиления воздейственного эффекта слово *забили* набрано бóльшим кеглем, чем остальные части заголовка. Изображение также соотносится с темой публикации: на обложке изображены два вбитых в доску гвоздя – прямой и погнутый, потерявший форму.

В заголовке

(71) Свекровь **связала**. Тещи и свекрови: как супругам выстроить отношения с мамами (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-1-177-yanvar-2018g>)

используются прямое и переносное значения слова *связать* изготовить вязкой и лишить возможности действовать свободно, стеснить какими-л. условиями, обязательствами. На обложке видим руки мужчины и женщины, соединенные крупной цепью из ниток голубого цвета.

Заголовок

(72) **НЕ КИПЯТИТЕСЬ**. Как победить обиду: инструкция для чайников (и не только) (<https://www.lavkafoma.ru/product/zhurnal-foma-12-188-dekabr-2018g>)

помещен на обложку, на которой изображен кипящий чайник, из которого вырываются пар и язычки пламени. Весь заголовок набран красным цветом для обозначения высокой температуры. В заголовке обыгрывается полисемия слов *кипятиться* нагреваться до кипения и волноваться, горячиться, сердиться (разг.) (СОШ, с. 274), *чайник* сосуд с ручкой и носиком для кипячения воды или для заварки чая и о неумелом, малоопытном человеке, плохо знающем

свое дело, а также вообще о глупом, неумном человеке (прост.) (СОШ, с. 877).

Анализ материала позволяет сделать вывод о том, что использование комплексных средств поликодности – востребованный прием экспрессивизации медийного текста.

### Заключение

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о значительной роли поликодности как проявления креативности медийных текстов в печатных и электронных СМИ.

Наиболее распространены такие графические приемы и средства поликодности, как дефисация, парентезис в рамках монографикации, капитализация и полиграфикация, кодографикация, рисунок. Многие проанализированные графические гибриды образованы в результате контаминации.

Среди неграфических средств особенно заметны цветовые выделения и фотоизображения. Цвет как средство поликодности используется в медийном тексте либо в целях обозначения двойного прочтения заголовка, либо в целях акцентирования внимания на содержании публикации.

Нередко графические и неграфические средства поликодности выступают в комплексе (сочетания кодографикации и цветового выделения, монографикации и капитализации, капитализации и полиграфикации, шрифтового выделения и фотоизображений, цветового выделения и фотоизображений), что усиливает воздейственный потенциал текста.

Проявления поликодности, как показывает материал исследования, наблюдается в основном в заголовках, рекламных слоганах, то есть в сильных текстовых позициях. Такие заголовки и слоганы обладают креативным, аттрактивным потенциалом и способствуют экспрессивизации медийного текста.

Таким образом, поликодность в медийном тексте выступает в качестве универсального средства оформления публикаций, отличающихся тематическим разнообразием.

### ПРИМЕЧАНИЕ

<sup>1</sup> Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 23-28-00368

«Активные процессы в русском языке Интернета: поликодовость, интерактивность, гипертекстуальность», <https://rscf.ru/project/23-28-00368/>

The study was supported by the Russian Science Foundation, grant “Active processes in the Russian language of the Internet: polycodeness, interactivity, hypertextuality” No. 23-28-00368, <https://rscf.ru/project/23-28-00368/>

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Алпатов В. М., 2015. Что и как изучает языкознание? // Вопросы языкознания. № 1. С. 7–21.
- Арнхейм Р., 2012. Искусство и визуальное восприятие. М.: Архитектура. С. 392 с.
- Бабук А. В., 2023. Семиотика эмодзи и выявление вербальной угрозы в текстах интернет-коммуникации при проведении судебной лингвистической экспертизы в Республике Беларусь // Современный медиатекст и судебная экспертиза: междисциплинарные связи и экспертная оценка: сб. науч. работ по итогам Междунар. науч.-практ. конф. М.: СОЮЗКНИГ. С. 16–33.
- Горбань О. А., Дмитриева Е. Г., Косова М. В., Сафонова И. А., Терентьева Е. В., Шептухина Е. М., 2015. Семантика древнерусского глагола: синхронно-диахронический аспект: коллектив. моногр. / отв. ред. Е. М. Шептухина. М.: Флинта: Наука. 352 с.
- Иванова М. В., Клушина Н. И., 2021. Креативные возможности языка в интернет-коммуникации // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. № 1. С. 54–62. DOI: 10.22204/2587-8956-2021-103-01-52-62
- Кибрик А. Е., 1992. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания (универсальное, типовое и специфичное в языке). М.: Изд-во МГУ. 336 с.
- Кузьмина Н. А., 2011. Современный медиатекст. Омск: Полигр. центр «Татьяна». 413 с.
- Мичурин Д. С., 2014. Прецедентный поликодовый текст в вербально-изобразительной коммуникации интернет-сообществ (на материале русскоязычных имидж-форумов): дис. ... канд. филол. наук. Тверь. 162 с.
- Нефедов С. Т., Чернявская В. Е., 2020. Контекст в лингвистическом анализе: прагматическая и дискурсивно-аналитическая перспектива // Вестник Томского государственного университета. Филология. № 63. С. 83–97.
- Попова Т. В., 2013. Креолизованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX–XXI вв. // Лингвистика креатива 1. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т. С. 147–176.
- Рацибурская Л. В., 2018. Поликодовость в российском медийном словотворчестве // Studia Rossica Gedanensia. № 5. С. 51–58.
- Рацибурская Л. В., Бусарева С. Г., 2021. Проблема поликодовости как синтеза вербальных и невербальных средств воздействия (на материале медийных новообразований) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. № 18 (4). С. 831–846. DOI: 10.21638/spbu09.2021.412
- Сафонова И. А., 2023. Метафорическая репрезентация зрительной перцепции в современном русском языке (модель «движение – восприятие») // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 22, № 6. С. 106–119. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.6.8>
- Сергеева Ю. М., Уварова Е. А., 2014. Поликодовый текст: особенности построения и восприятия // Наука и школа. № 4. С. 128–134.
- Тошович Б., 2018. Мультимедийная лингвистика // Мультимедијална стилистика / под ред. D. Dojčinović, G. Milašin. 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. С. 131–153.
- Чернявская В. Е., 2013. Медиальный поворот в лингвистике: поликодовые и гибридные тексты // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. № 1 (22). С. 122–127.
- Чернявская В. Е., 2016. Поликодовость vs «логоцентризм» в речевом воздействии // Общее и прикладное языкознание. Филологические науки. № 2. С. 3–10.
- Чернявская В. Е., 2021. Текст и социальный контекст: Социолингвистический и дискурсивный анализ смыслопорождения. М.: ЛЕНАНД. 208 с.
- Чичерина Н. В., 2007. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. Серия: Общественные и гуманитарные науки. № 9 (47). С. 159–166.
- Шарандин А. Л., 2019. Коммуникация как особый тип интегративной когнитивной деятельности человека // Когнитивные исследования языка. Вып. 37: Интегративные процессы в когнитивной лингвистике: материалы Междунар. конгр. по когнитив. лингвистике. Н. Новгород: Изд-во ДЕКОМ. С. 116–120.
- Шипова И. А., 2013. Функциональная сущность мультимедийности как многоуровневого лингвистического знака (на материале немецкоязычного художественного текста) // Историческая и

социально-образовательная мысль. № 5 (21). С. 289–293.

- Kress G., van Leeuwen T., 2001. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication Discourse*. L. : Arnold. 152 p.
- Makaruk L., 2015. *Linguistic Approaches to the Study of Multimodal Text // Within Language, Beyond Theories. Discourse Analysis, Pragmatics and Corpus-Based Studies / ed. by W. Malec, M. Rusinek*. Vol. 3. Cambridge : Cambridge Scholars Publ. P. 26–36.

## СЛОВАРЬ

- СОШ – Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. М. : ЭЛПИС, 2003. 944 с.

## REFERENCES

- Alpatov V.M., 2015. *Chto i kak izuchaet yazykoznanie? [Linguistics: What and How?]. Voprosy yazykoznaniiya [Topics in the Study of Language]*, no. 1, pp. 7-21.
- Arnheim R., 2012. *Iskusstvo i vizualnoe vospriyatie [Art and Visual Perception]*. Moscow, Architectura Publ. 392 p.
- Babuk A.V., 2023. *Semiotika emodzi i vyyavleniye verbalnoy ugrozy v tekstakh internet-kommunikatsii pri provedenii sudebnoy lingvisticheskoy ekspertizy v Respublike Belarus [Semiotics of Emoji and Detection of Verbal Threat in the Texts of Internet Communication During the Forensic Linguistic Examination in the Republic of Belarus]. Sovremennyy mediatekst i sudebnaya ekspertiza: mezhdistsiplinarnyye svyazi i ekspertnaya otsenka: sb. nauch. rabot po itogam Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. [Modern Media Text and Forensic Examination: Interdisciplinary Connections and Expert Assessment. Collection of Scientific Papers Following the Results of the International Scientific and Practical Conference]*. Moscow, SOYUZKNIG, pp. 16-33.
- Gorban O.A., Dmitrieva E.G., Kosova M.V., Safonova I.A., Terentyeva E.V., Sheptukhina E.M., 2015. *Semantika drevnerusskogo glagola: sinkhronno-diakhronicheskiy aspekt: kollektiv. monogr. [Semantics of Old Russian Verb: Synchronous and Diachronic Aspect. Collective Monograph]*. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ. 352 p.
- Ivanova M.V., Klushina N.I., 2021. *Kreativnyye vozmozhnosti yazyka v internet-kommunikatsii [Creative Possibilities of Language in Internet Communication]. Vestnik Rossiyskogo fonda fundamentalnykh issledovaniy. Gumanitarnyye i obshchestvennyye nauki [Bulletin of the Russian Foundation for Basic Research. Humanities and Social Sciences]*, no. 1, pp. 54-62. DOI: 10.22204/2587-8956-2021-103-01-52-62
- Kibrik A.E., 1992. *Ocherki po obshchim i prikladnym voprosam yazykoznaniiya (universalnoe, tipovoe i spetsifichnoe v yazyke) [Essays on General and Applied Issues of Linguistics (Universal, Typical and Specific in Language)]*. Moscow, Izd-vo MGU. 336 p.
- Kuzmina N.A., 2011. *Sovremennyy mediatekst [Modern Media Text]*. Omsk, Poligr. tsentr «Tatyana». 413 p.
- Michurin D.S., 2014. *Pretsedentnyy polikodovyy tekst v verbalno-izobrazitel'noy kommunikatsii internet-soobshchestv (na material russkoyazychnykh imidzh-forumov): dis. ... kand. filol. nauk [Precedent Polycode Text in Verbal-Visual Communication of Internet Communities: On the Material of Russian-Language Image Forums. Cand. philol. sci. diss.]*. Tver. 162 p.
- Nefedov S.T., Chernyavskaya V.E., 2020. *Kontekst v lingvisticheskom analize: pragmaticheskaya i diskursivno-analiticheskaya perspektiva [Context in Linguistics: Pragmatic and Discourse Analytical Dimensions]. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya [Tomsk State University Journal. Philology]*, no. 63, pp. 83-97.
- Popova T.V., 2013. *Kreolizovannyye derivaty kak element russkoy pismennoy kommunikatsii rubezha XX–XXI vv. [Creolized Derivatives as an Element of Russian Written Communication at the Turn of the 20<sup>th</sup> – 21<sup>st</sup> Centuries]. Lingvistika kreativna 1 [Creative Linguistics 1]. Yekaterinburg, Ural. gos. ped. un-t, pp. 147-176.*
- Ratsiburskaya L.V., 2018. *Polikodovost v rossiyskom mediyom slovotvorchestve [Multimodality in the Russian Media Word-Creation]. Studia Rossica Gedanensia*, no. 5, pp. 51-58.
- Ratsiburskaya L.V., Busareva S.G., 2021. *Problema polikodovosti kak sinteza verbalnykh i neverbalnykh sredstv vozdeystviya (na material mediynykh novoobrazovaniy) [Problem of Multimodality as a Synthesis of Verbal and Non-Verbal Means of Influence (Based on the Material of Media Texts)]. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura [Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature]*, no. 18 (4), pp. 831-846. DOI: 10.21638/spbu09.2021.412
- Safonova I.A., 2023. *Metaforicheskaya reprezentatsiya zritel'noy retseptsiy v sovremennom russkom yazyke (model «dvizhenie – vospriyatie»)*

- [Metaphorical Representation of Visual Perception in the Modern Russian Language (“Movement – Perception” Model)]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 22, no. 6, pp. 106-119. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.6.8>
- Sergeeva Yu.M., Uvarova E.A., 2014. Polikodovyy tekst: osobennosti postroeniya i vospriyatiya [Polycode Text: Features of Construction and Perception]. *Nauka i shkola* [Science and School], no. 4, pp. 128-134.
- Toshovich B., 2018. Multimediynaya lingvistika [Multimedia Linguistics]. Dojčinović D., Milašin G., eds. *Multimedijalna stilistika* [Multimedia Stylistics]. Banyaluka, Grats, Matritsa srpska – drushtvochlanova Matitse srpske u Republitsi Srpskoj. Institut za slavistiku Univerziteta «Karl Frants» u Gratsu. Komisija za stilistiku Mehunarodnog komiteta slavista, pp. 131-153.
- Cherniavskaya V.E., 2013. Medialnyy povorot v lingvistike: polikodovye i gibridnye teksty [Medial Turn in Linguistics: Polycode and Hybrid Texts]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [ISLU Philological Review], no. 1 (22), pp. 122-127.
- Cherniavskaya V.E., 2016. Polikodovost vs «logotsentriзм» v rechevom vozdeystvii [Multimodality vs “Logocentrism” in Persuasion]. *Obshchee i prikladnoe yazykoznanie. Filologicheskie nauki* [General and Applied Linguistics. Philological Sciences], no. 2, pp. 3-10.
- Chernyavskaya V.E., 2021. *Tekst i sotsialnyy kontekst: sotsiolingvisticheskiy i diskursivnyy analiz smysloporozhdeniya* [Text and Social Context: Sociolinguistic and Discursive Analysis of Meaning Making]. Moscow, LENAND. 208 p.
- Chicherina N.V., 2007. Tipologiya mediatekstov kak osnova formirovaniya mediagramotnosti [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* [Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences], no. 9 (47), pp. 159-166.
- Sharandin A.L., 2019. Kommunikatsiya kak osoby tip integrativnoy kognitivnoy deyatel'nosti cheloveka [Communication as a Special Type of Integrative Cognitive Activity of a Man]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. 37: Integrativnye protsessy v kognitivnoy lingvistike: materialy Mezhdunar. kongr. po kognitiv. lingvistike* [Cognitive Language Studies. Iss. 37: Integrative Processes in Cognitive Linguistics: Proceedings of the International Congress on Cognitive Linguistics]. Nizhniy Novgorod, Izd-vo DEKOM, pp. 116-120.
- Shipova I.A. 2013. Funktsionalnaya sushchnost multikodovosti kak mnogourovnevnogo lingvisticheskogo znaka (na material nemetskoyazychnogo khudozhestvennogo teksta) [Functional Essence of Multicode as a Multilevel Linguistic Sign (Based on a German-Language Literary Text)]. *Istoricheskaia i sotsialno-obrazovatel'naiia mysl* [Historical and Social-Educational Idea], no. 5 (21), pp. 289-293.
- Kress G., van Leeuwen T., 2001. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication Discourse*. London, Arnold. 152 p.
- Makaruk L., 2015. Linguistic Approaches to the Study of Multimodal Text. Malec W., Rusinek M., eds. *Within Language, Beyond Theories. Discourse Analysis, Pragmatics and Corpus-Based Studies*. Vol. 3. Cambridge, Cambridge Scholars Publ., pp. 26-36.

## DICTIONARY

- Ozhegov S.I., Shvedova N.Yu. *Tolkovyy slovar russkogo yazyka: 80000 slov i frazeologicheskikh vyrazheniy* [Explanatory Dictionary of the Russian Language. 80,000 Words and Phraseological Expressions]. Moscow, ELPIS Publ., 2003. 944 p.



### **Information About the Authors**

**Larisa V. Ratsiburskaya**, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Head of the Department of Modern Russian Language and General Linguistics, Leading Researcher, Department of Theoretical and Applied Linguistics, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Prosp. Gagarina, 23, 603022 Nizhny Novgorod, Russia, [racib@yandex.ru](mailto:racib@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9332-050X>

**Sabina G. Busareva**, Lecturer, Department of Modern Russian Language and General Linguistics, Junior Researcher, Department of Theoretical and Applied Linguistics, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Prosp. Gagarina, 23, 603022 Nizhny Novgorod, Russia, [sabina.sapharova@gmail.com](mailto:sabina.sapharova@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-6940-2193>

### **Информация об авторах**

**Лариса Викторовна Рацибурская**, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой современного русского языка и общего языкознания, ведущий научный сотрудник кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, просп. Гагарина, 23, 603022 г. Нижний Новгород, Россия, [racib@yandex.ru](mailto:racib@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9332-050X>

**Сабина Гадир-кызы Бусарева**, преподаватель кафедры современного русского языка и общего языкознания, младший научный сотрудник кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, просп. Гагарина, 23, 603022 г. Нижний Новгород, Россия, [sabina.sapharova@gmail.com](mailto:sabina.sapharova@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-6940-2193>