

*На правах рукописи*



**Захаров Руслан Иванович**

**Языковые, коммуникативно-прагматические и лингвосомиотические  
особенности поликодовых текстов  
с русскоязычным вербальным компонентом**

5.9.5 – Русский язык. Языки народов России

**Автореферат**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва – 2025

Работа выполнена в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» на кафедре теоретической и прикладной лингвистики

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, профессор  
**Радбиль Тимур Беньюминович**

**Официальные оппоненты:**

**Трофимова Галина Николаевна**, доктор филологических наук, профессор, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», кафедра массовых коммуникаций филологического факультета, профессор

**Соколова Ольга Викторовна**, доктор филологических наук, федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Институт языкознания Российской академии наук», отдел теории и практики коммуникации им. Ю.С. Степанова, старший научный сотрудник

Ведущая организация: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Вятский государственный университет» (г. Киров)

Защита состоится 8 октября 2025 г. в 12.00 на заседании диссертационного совета 24.2.292.01, созданного на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина», по адресу: 117485, Москва, ул. Академика Волгина, д. 6.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на официальном сайте федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»: <http://www.pushkin.institute>.

Материалы по защите диссертации размещены на официальном сайте ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»: [https://www.pushkin.institute/sciences/dissovetu/detail-element\\_id-32406/](https://www.pushkin.institute/sciences/dissovetu/detail-element_id-32406/)

Автореферат разослан «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
доктор филологических наук



Э.А. Китанина

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертация посвящена комплексному – структурно-семантическому, функционально-стилистическому, дискурсивному, лингвопрагматическому, лингвосемиотическому – исследованию вербальных и поликодовых механизмов создания синкретического значения поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом в современном отечественном социокультурном пространстве. Семиотически осложнённая коммуникация является активно развивающимся типом речевого взаимодействия членов социума. В число специфических моделей речевых практик входят различные сегменты медиакommunikации, в том числе в их интернет-разновидности. Именно медиаресурсы становятся для пользователей основным источником информации, инструментом продвижения, развлечения и т.п., что и определило тематику работы.

**Актуальность** исследования состоит в научной и общекультурной значимости проблемы изучения лингвосемиотических механизмов создания синкретического значения поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом в свете востребованных в современной науке о языке принципов дискурсивного анализа такого рода текстов.

**Объектом** исследования являются особенности интертекстуальной и поликодовой организации семиотически гетерогенных текстов в дискурсах реальной и виртуальной коммуникаций.

**Непосредственный предмет** исследования – языковые и поликодовые механизмы создания синкретического значения поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом.

Объект и предмет исследования позволяют определить **цель исследования** – комплексное структурно-семантическое, функционально-стилистическое, лингвопрагматическое, лингвосемиотическое и дискурсивное описание лингвосемиотических механизмов создания синкретического значения поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом.

Поставленная цель обуславливает решение следующих **задач**:

- осветить теоретические принципы исследования русского языка в специфическом пространстве семиотически осложнённой коммуникации в аспекте поликодовости и интертекстуальности семиотически гетерогенных произведений, определить терминологическую базу исследования, на основе чего обосновать концепцию исследования;
- охарактеризовать виды и функции поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом;
- выявить лингвосемиотические механизмы создания синкретического значения в поликодовых текстах с русскоязычным вербальным компонентом;
- определить особенности влияния композиционного решения поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом на создание синкретического значения;

- проанализировать особенности использования детали как средства создания значения в поликодовых текстах с русскоязычным вербальным компонентом;

- рассмотреть модели языковой и графической игры в лингвосемиотическом механизме создания значения в поликодовых текстах с русскоязычным вербальным компонентом;

- охарактеризовать аллюзии как фактор создания значения в поликодовых текстах с русскоязычным вербальным компонентом.

**Гипотеза** диссертационного исследования состоит в том, что в создании синкретического значения поликодовых рекламных текстов с русскоязычным вербальным компонентом и мемов используются сходные текстовые техники разной семиотической природы, объединяющие различные конститuentы в единое полифункциональное целое и актуализирующие один из структурных элементов, который задаёт фокус интерпретации семиотически гетерогенных произведений.

**Материалы исследования** включают в себя рекламные поликодовые тексты с русскоязычным вербальным компонентом, размещённые на различных реальных публичных площадках российских городов, в основном – Нижнего Новгорода, и электронных ресурсах; поликодовые мемы с русскоязычным вербальным компонентом, размещённые на специализированных сайтах и сайтах социальных сетей.

**Объём обследованного материала:** 527 рекламных поликодовых текстов с вербальным русскоязычным компонентом, отобранных в процессе личного мониторинга текстов рекламного дискурса, в разной форме локализованных на различных площадках публичного пространства нижегородского региона, а также извлечённых методом сплошной выборки из официальных сайтов и сайтов социальных сетей; 325 поликодовых мемов, извлечённых методом сплошной выборки в результате личного интернет-мониторинга специализированных сайтов и сайтов социальных сетей.

**Степень изученности проблемы.** Медиальный поворот в лингвистике превратил поликодовый текст в один из основных объектов исследования. Учёными обсуждается широкий круг вопросов: терминология, сущность и функции данных текстов, видовое и жанровое разнообразие, особенности функционирования в различных дискурсах, методология исследования, иные аспекты создания и бытования поликодовых текстов. В ряду поликодовых текстов активно изучаются современные рекламные тексты и мемы: поликодовая природа этих объектов, интертекстуальные связи, трансформационный потенциал, особенности нейминга, использование языковой игры, манипулятивный потенциал, особенности интерпретации и т.д. Несмотря на значительный накопленный материал, продолжение исследований семиотически гетерогенных объектов обусловлено значительным увеличением количества такого рода текстов в современном коммуникативном пространстве, их жанровым разнообразием и трансформацией системы жанров, расширением функциональности такого рода текстов и усилением их воздействия на

аудиторию, перманентным совершенствованием языковых и поликодовых механизмов создания синкретического значения поликодовых текстов с русскоязычной вербальной частью, необходимостью проведения сравнительных исследований используемых текстовых техник.

**Методологическую основу исследования** сформировали идеи теории дискурса и дискурс-анализа, обоснованные в трудах Т. ван Дейка, У. Чейфа, Н.Д. Арутюновой, Е.С. Кубряковой, В.З. Демьянкова, В.И. Карасика, Т.Б. Радбиля и др.; принципы исследования интернет-дискурса, представленные в работах Д. Кристалла, И.А. Стернина, Г.Н. Трофимовой, В.Е. Сидоровой, О.В. Дедовой, Н.А. Ахреновой, Е.И. Горошко и др.; основы лингвосемиотического анализа поликодового текста, заложенные в работах Ю.А. Сорокина, Е.Ф. Тарасова, И.В. Арнольд, А.Н. Баранова, О.В. Поймановой; В.Е. Чернявской, М.Б. Ворошиловой и др.; принципы интерпретирующей, контекстной и функциональной семантик, изложенные в трудах А.Е. Бочкарева, Г.В. Колшанского и Е.М. Вольф.

**Методы исследования** основаны на методике дискурс-анализа, адаптированной применительно к специфике медиакommunikации. В исследовании использованы методы лингвосемиотического анализа, структурно-семантического и функционально-семантического анализа устойчивых выражений (коллокаций, идиом, афоризмов, цитат, паремий и пр.), методика комплексного описания активных процессов в русском языке, в том числе инновационного характера, разработанная учеными Нижегородской научной школы.

**Научная новизна исследования** заключается в вовлечении в зону исследовательского внимания: нового предмета для анализа – интеграция текстовых техник разной семиотической природы с целью создания синкретического значения в иерархично организованном целевом полифункциональном комплексе с осложнённой семантикой, – и нового материала для исследования – языковая и поликодовая составляющие дискурсивной организации поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом; во введении новой операционной единицы («детали»); подробном рассмотрении механизмов семантического приращения на примере оппозитивно-интегративных отношений между средствами разных знаковых систем и возможностей визуального кода в условиях усиливающейся визуализации современной коммуникации; изучении широкого спектра приёмов создания синкретической формы представления информации. Выявление в рамках одного исследования схожих лингвосемиотических механизмов создания синкретического значения в типологически разных поликодовых текстах с русскоязычной вербальной частью в науке о языке ранее не проводилось.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в разработке методике комплексного дискурсивного анализа лингвосемиотических механизмов создания синкретического значения в поликодовых текстах малого объёма с русскоязычным вербальным компонентом, в апробации данной

методики на репрезентативном материале медиатекстов, функционирующих в современном отечественном социокультурном пространстве.

**Практическая значимость** исследования состоит в возможности использования основных результатов в вузовском преподавании таких общих дисциплин и дисциплин выбора, как семиотика, дискурс-анализ, контент-анализ, медиалингвистика, интернет-лингвистика и др., в работе специалистов по маркетинговым коммуникациям, а также в практической деятельности экспертов-лингвистов по исследованию конфликтогенных текстов.

**Соответствие диссертации паспорту научной специальности.**

В настоящей диссертации предлагается комплексное теоретически и эмпирически обоснованное исследование вербальных и поликодовых механизмов создания синкретического значения поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом. Диссертация полностью соответствует паспорту научной специальности 5.9.5. – Русский язык. Языки народов России. Работа выполнена в соответствии со следующими пунктами паспорта научной специальности: «п. 7. Текст, дискурс, дискурсивные практики в русском языке и других языках России»; «п. 12. Прикладные аспекты изучения и использования русского языка, другого языка России».

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Особенности создания синкретического значения отвечают важнейшей тенденции в сфере медийной коммуникации – медиаконвергенции, то есть взаимопроникновению разных видов СМИ на информационно-технологической основе. Языковые механизмы, используемые при создании значения поликодовых феноменов, находятся в русле общих активных процессов, присущих как современному медиадискурсу, так и русскому языку в целом на современном этапе, хотя имеют специфику, связанную с интертекстуальным и поликодовым инструментарием создания синкретического значения поликодовых феноменов.

2. Важную роль в создании синкретического значения поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом играет их архитектоника. Специфика композиционного решения соотносится со стратегиями прочтения текстов: горизонтальной, вертикальной, диагональной, их комбинациями. Особенно это актуально для мемов, многочастная композиционная структура которых обладает дополнительными выразительными возможностями. Взаимодействие вербальных и невербальных средств вместе с характерной сюжетностью позволяют полнее реализовывать репрезентативный потенциал поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом.

3. Необходимо расширение номенклатуры терминов посредством введения в научный оборот таких терминов, как деталь, подробность, аллореференциальная изоморфность детали изображения, мультиплицирование. Новые термины отражают особенности композиционной структуры и значимость облигаторного элемента в контексте его противопоставления (деталь vs подробность), способствуют более адекватной характеристике способов создания композиционного элемента, играющего доминирующую роль в

создании синкретического значения поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом.

4. На создание синкретического значения поликодового текста с русскоязычным вербальным компонентом влияют такие факторы, как типографика и хроматика текста, контаминация и сегментация языковых единиц, мультиплицирование, инверсия и другие способы нарушения читательского ожидания, графическая метафора, буквализация метафоры, различные аллюзии, а также приёмы алогизма, контраста, намёка, отражения.

5. В ряду поликодовых механизмов создания синкретического значения в поликодовых текстах с русскоязычным вербальным компонентом особую роль играют различные средства визуализации: изобразительный эллипсис, визуальный дейксис, визуализация языковых средств. В ситуации использования этих средств скорость обмена информацией и яркая визуальная образность привлекают внимание аудитории, оказывают мощное воздействие на сознание реципиентов.

6. Важнейшим инструментом создания синкретического значения поликодовых текстов с вербальным русскоязычным компонентом является языковая и графическая игра. Значительное количество и разнообразие средств языковой игры, нередко с использованием механизмов поликодности, демонстрируют высокую степень языкового чутья и лингвокреативности создателей поликодовых текстов, знание ими особенностей восприятия информации с использованием поликодового режима функционирования современной коммуникации, способность адекватно эти знания применить.

7. Существенным семиотическим потенциалом обладает использование различных прецедентных феноменов, реализующих интертекстуальность современной коммуникации. Прецедентные феномены подвергаются разного рода преобразованиям (семантическим, лексическим, структурным, синтаксическим), актуализируя в языковом сознании адресата разные культурные слои, нередко в модусе иронического отталкивания и игрового каламбурного переосмысления. Использование прецедентных феноменов позволяет повышать семантическую ёмкость, усиливать аттрактивность поликодовых текстов с русскоязычной вербальной составляющей посредством разных типов взаимодействия вербальных и невербальных конститuentов.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения и результаты диссертационного исследования были представлены в докладах на следующих научных конференциях разного уровня: международной научной конференции «Международные и национальные тенденции и перспективы развития судебной экспертизы» (Нижний Новгород, 2020 г.); всероссийской научной конференции с международным участием «Национальные и международные тенденции и перспективы развития судебной экспертизы» (Нижний Новгород, 2021 г.); международном симпозиуме «Русский язык в поликультурном мире» (Ялта, 2021 г.); международной научно-практической конференции «Манипуляции и социум: язык, сознание, культура» (Калининград, 2023 г.); всероссийской (национальной) научной конференции «Научные

исследования в современном мире. Теория и практика» (Санкт-Петербург, 2023 г.); международной научной конференции «Современные методы и инновации в науке» (Санкт-Петербург, 2023 г.); международной научной конференции «Языковые категории и единицы: синтагматический аспект» (Владимир, 2023 г.); международной научно-практической конференции «Современный медиатекст и судебная экспертиза: междисциплинарные связи и экспертная оценка» (Москва, 2023 г.); научно-практической конференции с международным участием «Национальные и международные тенденции и перспективы развития судебной экспертизы» (Нижний Новгород, 2024 г.); международной научной конференции «Дискурсивные практики в цифровую эпоху: традиции и инновации» (Нижний Новгород, 2024 г.).

**Личный вклад соискателя** в разработку проблематики исследования включал всесторонние направления научного анализа, позволяющие получить достоверные выводы о вербальных и поликодовых механизмах создания синкретического значения поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом в современном отечественном социокультурном пространстве.

Основные положения и выводы диссертации нашли отражение в **14 публикациях** (7,95 п. л.) в рецензируемых научных изданиях, в том числе в 4 статьях, опубликованных в журналах из списка, рекомендованного ВАК при Минобрнауки России, из них 1 статья в журнале, индексируемом в Scopus и Web of Science.

**Структура исследования.** Диссертационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка, который содержит 285 наименований (из них 10 на иностранных языках). Общий объем работы – 251 с.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **введении** обосновываются актуальность и научная новизна работы, определяются объект, предмет, материал, методология и методы диссертационного исследования, формулируются цель и задачи исследовательской работы, излагается теоретическая и практическая значимость полученных результатов, сведения об апробации работы, представлена структура диссертации, формулируются положения, выносимые на защиту.

В **первой главе** исследования «**Поликодовый текст в теоретическом освещении**» рассматриваются теоретические основы изучения поликодового текста (далее – ПКТ) как продукта и инструмента современной коммуникации.

В **разделе 1.1 «Понятие «поликодовый текст»: к проблеме определения»** исследуется проблема отсутствия в современной гуманитаристике общепринятого понимания текста как коммуникативной единицы, не ограниченной только языковой составляющей. Терминологическое разнообразие отражает разные точки зрения на сущность, структуру и взаимодействие компонентов семиотически неоднородных объектов. В ходе изучения терминологической системы нами было принято рабочее определение ПКТ, под которым понимается продукт семиотически осложнённой коммуникации, который создан средствами разных знаковых систем,

представляет синкретическое формально-содержательно-функциональное целое, как семантически ёмкий полифункциональный инструмент направлен на комплексное прагматическое воздействие на реципиента.

**Раздел 1.2 «Поликодовый текст в историко-научном и научно-теоретическом освещении»** посвящён изучению гетерогенных произведений в широком контексте. В нём представлены тенденции постепенного оформления комплексного коммуникативно-ориентированного подхода, рассматривающего поликодовость коммуникации и расширенную трактовку понятия «текст» в русле изменений понимания характера коммуникации, мышления, сферы деятельности лингвистов и основного объекта изучения лингвистики.

Сегодня ПКТ следует понимать как продукт семиотически осложнённой коммуникации, сложный системный функционально и жанрово разнообразный объект, транслирующий тематически разнообразное содержание, созданный средствами разных знаковых систем, успешно реализующий функциональный языковой принцип наименьшего усилия: сокращение времени и усилий, необходимых для кодирования и декодирования сообщения. Как одной из форм существования текста ему присущи те же текстовые категории, что и монокодовому вербальному тексту, но он обладает преимуществами в связи с такими дополнительными характеристиками, как интертекстуальность и гипертекстуальность (незамкнутость), гетерегенность и полимодальность, отличается динамической природой когерентного целого вербального и невербальных кодов в контексте широких социо-культурно-языковых зависимостей. ПКТ сегодня является результатом принципиально поликодовой человеческой коммуникации, в которой нет чётких, заданных правил, которые определяют значимость компонента сообщения в общем контексте. Его активное распространение обусловлено развитием технических средств поддержания компьютерно-опосредованной коммуникации на современном этапе глобально-символьной конвергенции. Он соответствует изменениям в мышлении и практике чтения на современном этапе развития человеческой цивилизации на основе взаимодействия сознания с материальностью окружающего мира. ПКТ становится одним из объектов изучения лингвистики в контексте её экспансионистских тенденций и подлежит рассмотрению в его материальности – взаимодействии вербального и невербального, что является возможным в аспекте сближения исследовательских методик различных дисциплин и совершенствовании исследовательского инструментария.

В разделе **1.3 «Типология поликодовых текстов»** рассматривается проблема систематизации ПКТ. Отсутствие общепризнанной типологии обусловлено гетерогенностью объектов и особенностью текстового континуума. Первое является следствием определения типологического статуса на основе различных типологических критериев. Наиболее разработаны типологии произведений, состоящих из вербальной и иконической частей. Исследование показывает, что можно считать приемлемым: использование разных систематизаций, отражающих различные особенности ПКТ, для типологической характеристики и определения типологического статуса исследуемого объекта;

экстраполяцию типологий вербально-иконических текстов на тексты с иными невербальными составляющими при условии использования термина «код» вместо «изображение». Вторая причина поясняется посредством понятия нечёткого подмножества, т. е. множества с нечёткими границами, когда переход от принадлежности элементов множеству к их непринадлежности происходит постепенно. Элементы реального типа относятся к нему лишь с известной степенью принадлежности, элементы упорядочиваются, систематизируются, образуя упорядоченный ряд по степени принадлежности нечёткому множеству. Редкость стопроцентных представителей того или иного типа и создаёт трудности дифференциации ПКТ.

В рассматриваемом аспекте важен также вопрос о соотношении модели и её реализации. Любой текст – это более или менее типичный представитель своего типа, на практике мы имеем дело с варьированием реализаций моделей в виде реальных ПКТ. Реализация может быть как регулярной, так и иррегулярной; в ней выявляются общие, особенные и единичные признаки. Дальнейшее, после создания типологической модели, изучение текстов может менять список инвариантных признаков и их вариантов, что будет способствовать корректировке типологической картины ПКТ. Как показывает наше исследование, в реальном ПКТ возможно совмещение признаков разных типов, например, оппозитивно-интегративные отношения вербального и иконического компонентов в меме.

**Раздел 1.4 «Методы исследования поликодовых текстов»** посвящён одной из самых актуальных проблем научного знания. Вопрос об общепринятых научных методах анализа ПКТ важен в теоретическом и в практическом аспектах. В современной парадигме исследования имеется частично выработанный научный инструментарий анализа. Исследование вербального компонента отработано на примере классического текста, анализ невербальных составляющих требует особого подхода и инструментария. Для интерпретации предлагают использовать: метод семантического протоколирования или его упрощённый вариант – метод вербализации, т. е. словесного описания, воспроизведения в форме высказывания содержания и смысла, понимаемого как приведение всего текста к единой системе обозначения; методы семиотики; специализированные метаязыки описания невербальной составляющей в зависимости от её формы.

Вследствие семиотически сложной структуры ПКТ, в которой знаки и знаковые комплексы не просто сосуществуют, а находятся в постоянном синкретическом взаимодействии, создавая единое (синкретическое) знаковое пространство, активно воспринимаемое адресатом, наиболее перспективен при проведении исследований комплексный подход. Он обуславливает глобальное, комплексное и полисемиотическое понимание коммуникации, позволяет понять, как использование вербальных и невербальных коммуникативных каналов способствует повышению потенциала ПКТ и усилению коммуникативного эффекта. Тенденция исследования – сближение исследовательских методик различных дисциплин, междисциплинарный и межпарадигмальный синтез

методов и приёмов с целью исчерпывающего изучения содержания поликодового объекта, исследование взаимодействия вербального и невербального в тексте; распространение научно-исследовательской парадигмы «комплексный текст – комплексное исследование».

На изложенной и обоснованной в первой теоретической главе исследования методологической основе была сформулирована **концепция работы**, заключающаяся в последовательном описании специфики создания синкретического значения в структурно-композиционных и функциональных характеристиках ПКТ с русскоязычным вербальным компонентом, в их поликодовой и интертекстуальной организации, а также в анализе конкретных средств создания синкретического значения.

Во второй главе диссертационного исследования «**Комплексный анализ поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом в современном отечественном социокультурном пространстве**» с опорой на методологические принципы и положения последовательно рассматриваются виды и функции ПКТ в современной рекламе, специфика создания и актуализации содержания ПКТ в интернет-коммуникации (на примере мемов).

**Раздел 2.1 «Виды и функции поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом в современной рекламе»** посвящён комплексному исследованию современного рекламного ПКТ.

Раздел состоит из трёх параграфов. В параграфе **2.1.1 «Рекламный поликодовый текст и его виды»** разбираются понятия рекламы, рекламного сообщения, медиатекста, систематизация текстов рекламного дискурса по различным основаниям. Рекламный текст рассматривается как разновидность медиаречи. В условиях визуально ориентированной коммуникации он определяется как вид поликодового медиатекста, компоненты которого создают единый образ, работают на одну идею; состав компонентов и характер их взаимодействия, в том числе выбор доминирующего элемента, обусловлены предметом сообщения, способом создания сообщения, транслирующим каналом и целью – комплексное воздействие на целевую аудиторию для побуждения её к конкретным, желательным для рекламодателя, действиям. Воздействие осуществляется посредством целой системы разнообразных произведений рекламы, размещённых как в реальном, так и в виртуальном пространствах, которые формируют рекламный контекст существования индивида.

В контексте широкого понимания рекламного сообщения как любого обращения, содержащего цельную нужную потенциальному клиенту информацию, несущую рекламную нагрузку, выделяется сравнительно новый вид рекламного текста, который является не столь очевидным, как другие и которому, на наш взгляд, не уделяется должного внимания, что обусловило наше внимание к его исследованию. Это поликодовый коммерческий нейм с русскоязычным вербальным компонентом, широко распространённый в современном рекламном дискурсе. В работе приводятся основания для рассмотрения таких произведений в качестве рекламных обращений: коммуникативная единица, специфический тип текста, который можно

рассматривать в контексте жанроведения; внимание, уделяемое неймингу в рекламном дискурсе как профессиональной речевой деятельности по созданию марочных и фирменных имён / наименований как индивидуализирующих знаков; полифункциональность неймов; соответствие их формата тенденции процесса коммуникации на современном этапе – минимизация времени коммуницирования, т. е. трансляция максимума информации в минимальный промежуток времени, выраженная изобразительность. В качестве лапидарного сообщения коммерческий нейм отличается значительной компрессией смыслового содержания и требует виртуозного использования средств выражения необходимых компонентов содержания и реализации полифункциональности рекламного текста, обладает особой композицией; поэтому исследованию поликодового коммерческого нейма как своеобразному зеркалу рекламного дискурса уделено особое внимание.

**Второй параграф первого раздела 2.1.2** посвящён изучению лингвосемиотических механизмов создания синкретического значения в поликодовых рекламных текстах с русскоязычным вербальным компонентом. Функциональный подход, утверждающий значимость каждого композиционного элемента в реализации прагматической установки, с учётом поликодового характера рекламного текста акцентирует значимость анализа его архитектоники, т. е. принципа построения рекламного текста, обеспечивающего последовательность его композиционных элементов и системность их связи. С целью определения композиционного элемента, играющего доминирующую роль в создании значения, целесообразно введение новой операционной единицы и дополнение терминосистемы диадой «деталь vs подробность», члены которой различаются по функциональному критерию. Деталь – это особо значимый элемент ПКТ, его ядро, поэтому он так выделен, что бросается в глаза (деталь интенсивна). Деталь тяготеет к единичности, задаёт фокус восприятия – выполняет ключевую семантическую функцию, во многом определяя содержание текста. Подробности – множественны, экстенсивны, приближаются к простому обозначению, называнию. Выделение детали согласуется с принципом выдвижения – одним из принципов «широкого охвата», которые, согласно И.В. Арнольд, необходимы при описании текста как целостной единицы. Под выдвижением понимаются способы формальной организации текста, которые фокусируют внимание читателя на определенных элементах сообщения и устанавливают семантически релевантные отношения между элементами одного или чаще разных уровней. В качестве семантически значимого полифункционального облигаторного элемента деталь выделяется в различных ПКТ, создаётся разнообразными способами, для обозначения одного из которых мы используем термин «мультиплицирование» (Рисунок 1).

Рекламные ПКТ с многорукими персонажами (изображения варьируются) обладают большей выразительностью и привлекательностью за счёт компактности изобразительного ряда. Текстовая часть объявлений коррелирует с содержанием иконического компонента, конкретизирует его: профессиональные качества специалиста (*МАСТЕР НА ВСЕ РУКИ; ЗОЛОТЫЕ*

*РУКИ; опытный, понимающий мастер и т.п.); качество выполняемых работ (качественно, аккуратно и оперативно; ЕВРОРЕМОНТ и др.); указания на способность решения различных проблемных ситуаций (поможет вам решить многие домашние проблемы; Скорая помощь в быту и т.п.); неограниченность предоставляемых услуг (Тысячный перечень различных работ; все не уместится и др.). Деталь способствует компрессии рекламного сообщения за счёт усиления его наглядности (повышает визуальность текста), участвует во взаимодействии различных компонентов ПКТ для передачи синкретического значения, будучи полифункциональным и полисемантическим средством.*



Рисунок 1 – Примеры многорукости и многоперсонажности

Требование большей визуальности текстов в современной рекламной коммуникации активизирует использование различных средств усиления выразительности, в частности, возможностей шрифтового и цветового оформления текстов для создания синкретического значения. Визуальная языковая коммуникация, как считают А.Н. Баранов и П.Б. Паршин, почти всегда является поликодовой; визуально воспринимаемый текст всегда метаграфематически проинтерпретирован, и такая интерпретация образует семиотическую систему, отличную от естественного языка, и грань между метаграфематическими эффектами и креолизацией текста, по существу, отсутствует. В текстах рекламного дискурса, например, в коммерческих неймах, при передаче различных компонентов содержания активно эксплуатируются возможности типографики, в частности:

- выбор гарнитуры для коммерческого нейма или вербального компонента всего рекламного сообщения, который обусловлен значением номинации или сферой деятельности коммерческой организации, спецификой предоставляемых услуг; гарнитуры отличаются достаточным разнообразием (Рисунок 2);



Рисунок 2 – Примеры метаграфематической интерпретации

- использование разных графических разновидностей шрифта в пределах одной гарнитуры: по постановке (наклону) очка – прямое и курсивное; по насыщенности – светлое и полужирное;

- варьирование регистра графем, позволяющее осуществлять сегментацию слов с целью выделения детали и соотнесения вербальных фрагментов в поликодовом рекламном тексте или для выражения оценочности.

В рекламных текстах активно используется потенциал хроматики. Варьирование цветового оформления слогана рекламной компаний по продаже чая *И СОГРЕВАЕТ И ОСВЕЖАЕТ* (использованные тона располагаются в противоположных частях хроматического круга) коррелирует со значением глагольных словоформ, обозначающих противоположные действия: тёплый тон – *согревает*, холодный – *освежает*. Выраженное различными средствами содержание распределяется по полюсам семантической оси (Рисунок 3).



Рисунок 3 – Примеры хроматической интерпретации

В слогане рекламной акции *Жаркие скидки на солнцезащитные очки* сети салонов «Оптика Оптима» также заметно соотнесение хроматического оформления вербальных фрагментов, содержащих словоформы сравнительной степени, которая отражает изменение состояния, с распространяющимся светом и вытеснением холодного тона тёплым: белый цвет – *ярче*, жёлтый – *жарче*.

При создании рекламных текстов сверхмалого объёма используются контаминация (разные виды компрессии экономят рекламное пространство и время восприятия) и сегментация, способствующая сохранению компонентов значения создаваемых конструкций либо актуализирующая нужное значение какого-либо фрагмента. При создании контаминированных конструкций используются разные способы построения текста: вертикальный, горизонтальный, диагональный, их комбинации. Сегментация осуществляется шрифтовыми и цветовыми средствами (Рисунок 4).



Рисунок 4 – Примеры композиционных решений

Для рекламных текстов характерно использование графической метафоры – фигуры иконической номинации, которая представлена техникой замены графемы сходным по форме символом или рисунком, отвечающим содержанию слова. Использование графической метафоры характеризуется следующими особенностями:

- частотность замещения графем в неймах коммерческих организаций или проводимых мероприятий; номинации формируют значительную часть рекламного контекста существования индивида, их сверхлаконичность требует усиления репрезентативности и аттрактивности;
- разная степень соотнесённости графической метафоры со значением слова, использованного в качестве нейма, либо со сферой деятельности представляемой коммерческой организации;
- разнообразие – многие кириллические графемы либо их элементы оказываются пригодными для замещения изоморфными им изображениями;
- большая потенциальность начертания графемы «о» для замещения различными изображениями;

- замещение графем может быть полным или частичным;
- количество замещаемых графем варьируется;
- одинаковость замещаемых контактно расположенных графем влияет на особенность используемой графической метафоры;
- локализация в разных частях слова (Рисунок 5).



Рисунок 5 – Примеры графических метафор

В рекламных текстах встречается буквализация метафоры. Приёмы контекстно-семантических преобразований в условиях комплексного воздействия компонентов ПКТ позволяют рекламным продуктам сохранять лапидарность при информационной насыщенности, придают им оттенок новизны и повышают коэффициент аттрактивности (Рисунок 6).



Рисунок 6 – Буквализация метафоры

Не так часто в рекламных текстах используется инвертированная деталь вербального и/или невербального компонентов, вплоть до композиционных частей видеоролика; как текстовая аномалия она реализует эффект обманутого ожидания для усиления аттрактивности текста и визуализации компонентов содержания (Рисунок 7).



Рисунок 7 – Примеры инверсии

В отличие от инверсии в рекламных ПКТ активно используется аллюзия – отсылка к чему-то хорошо известному, по мнению автора, реципиенту; аллюзия может адресовать сразу к нескольким текстам (полигенетическая). В текстах рекламного дискурса необходимая адресанту ассоциативная отсылка формируется как вербальными, так и невербальными средствами, выделяются аллюзии текстовые, жестовые, символные, иконические, мифологические, исторические и т.д., которые могут использоваться совместно (Рисунок 8).

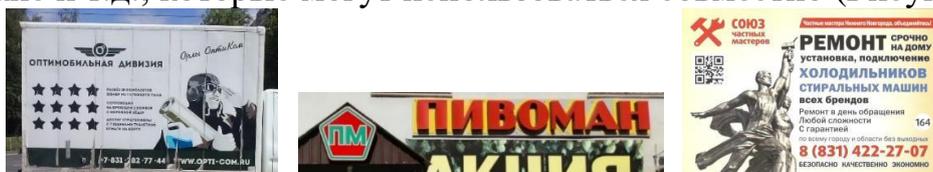


Рисунок 8 – Примеры аллюзий

В параграфе 2.1.3 рассмотрены функции ПКТ в современной рекламе, который является иерархично организованным функциональным комплексом,

имеющим целью продвижение товаров на рынке, а его полифункциональность реализуется через осложнённую семиотику текстов.

Референциальная функция – это осуществление связи текста и его фрагментов с предметной областью действительности. Выражение референциальных характеристик осуществляется различными способами, например, вербальным. Это может быть использование в непосредственно текстовой части поликодовых рекламных текстов однозначно трактуемых выражений, включая номинацию, либо фрагмента номинации, выделенного средствами текстового дизайна при сегментации нейма с целью актуализации референциальных характеристик, как это сделано в названии компании по доставке готовой еды «ПриЕм!» (Рисунок 9).



Рисунок 9 – Пример сегментации нейма

Наглядным способом выражения референциальных характеристик является графическая метафора, распространённость которой обусловлена разнообразием, представляющим возможность указания на разные сферы деятельности (Рисунок 5). 3-й способ реализуется включением в поликодовый рекламный текст соответствующих иконических элементов. Это могут быть различные изображения: вешалка, соотносимая с вербальным элементом заголовочного комплекса магазина одежды; инструменты, используемые для ремонта и сборки техники; пейзажные мотивы в контенте сайта и т.п. Иконические элементы могут комбинироваться в одном изображении, содержащем основные семантически значимые компоненты, с целью исчерпывающего представления референциальных характеристик (Рисунок 10).



Рисунок 10 – Пример использования комбинированных изображений

4-й способ выражения референциальных характеристик – это включение символьных элементов; 5-й – шрифтовой. Примером может служить реклама сериала «Кибер Иван». Выбранные для нейма гарнитуры – отображение особенностей строения плат электронных устройств в первом элементе и вырубленные из ржавого железа графемы второго, – коррелируют со значением первого слова в названии и тематикой сериала (Рисунок 11).



Рисунок 11 – Реклама сериала «Кибер Иван»

Следует отметить, что чаще всего выражение референциальных характеристик в ПКТ рекламного дискурса осуществляется комплексно – вербальным и невербальными компонентами, при возможном доминировании одного из них.

Разными средствами, также часто используемыми в совокупности, выражается и положительная оценка предмета речи. Например, активно используется особая словообразовательная модель неймов, создаваемая взаимодействием парадигматических и синтагматических отношений, состоящая из вариативного и постоянного компонентов. В качестве последнего используются иноязычные *OK* и *PRO* (Рисунок 12).



Рисунок 12 – Неймы со структурным компонентом *OK* и *PRO*

Оценка в рекламных ПКТ может выражаться знаками: пунктуационными (как средства усиления эмотивности они сочетаются с вербальными элементами, являющимися междометиями оценочного характера, выполненными прописными графемами); символьными; языком жестов (Рисунок 13).



Рисунок 13 – Примеры выражения положительной оценки

Для выражения императивной функции в манипулятивной форме активно используются возможности вербального и невербального кодов. В единый комплекс оказываются связанными оценка, побуждение, выбор. Нами сформулирована адаптированная к рекламному дискурсу проективная гипотеза манипулятивного воздействия коммерческого нейма. Речь идёт о ситуации со стимулами и реакциями. Манипулятивная тактика реализуется в виде приёма эксплуатации поведенческих речевых и неречевых стереотипов с использованием преимущественно невербальных средств. Коммерческие неймы группируются на основании выявленных конструктивных особенностей, модели обозначены по средству выражения побуждения: *OK*-неймы, или неймы-одобрения; неймы-включения; ✓-неймы, или неймы-выбора (Рисунок 14).



Рисунок 14 – Примеры словообразовательных моделей неймов

Исследование показывает, что существует определённая тенденция нейминга. Поликодовость и структурность актуализируют важные компоненты значения текстов. Семантическая ёмкость, комплексность воздействия и

корреляция средств различных знаковых систем, представление информации в имплицитной форме, эксплуатация ассоциативной сферы в такого рода неймах – всё это оказывает манипулятивное воздействие на человека.

Аттрактивная функция текстов рекламного дискурса реализуется, в дополнение к указанным выше приёмам, посредством инкорпорирования изображений в состав нейма, использования вербальной и визуальной антитезы, транслитерации номинаций, использования разных способов построения рекламного текста (вертикального, горизонтального, диагонального), комбинирования символов / изображений для создания нового образа и т.д., которые часто используются в совокупности.

Компенсаторная функция выполняется каким-либо элементом нейма, устраняющим негативное влияние различных факторов на состояние и функционирование номинативной системы, например, графической метафорой, нивелирующей зияние как следствие использования модели образования сложносокращённых номинаций (Рисунок 15).



Рисунок 15 – Нейм с маскировкой зияния

Таким образом, исследование рекламных ПКТ с русскоязычным вербальным компонентом демонстрирует использование текстовых техник разной семиотической природы, комплексирование разных способов представления информации способствует визуализации сообщения и взаимодействию вербального и визуального в тексте, что содействует успешной реализации функций рекламного текста и повышению эффективности рекламной коммуникации.

**Раздел 2.2 «Специфика создания и актуализации содержания поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом в интернет-коммуникации (на примере мемов)»** посвящён исследованию мемов, активное использование которых в современном коммуникативном пространстве обусловлено ускоренными возможностями передачи информации в сети Интернет и полифункциональностью этих объектов. Раздел состоит из трёх параграфов.

**Параграф 2.2.1** называется **«Особенности поликодового мема с русскоязычным вербальным компонентом как объекта исследования»**. Мемы определяются как поликодовые, интертекстуальные, функционально нагруженные, «здесь и сейчас»-актуализированные структуры спонтанной репликации и генерации смыслов посредством вербального и визуального кодов в современной интернет-коммуникации.

Методологические позиции изучения мемов определяются лингвистической теорией интертекста с выходом на метакоммуникацию, лингвокультурным подходом к мему как к кратковременному элементу культурного кода, а также значимостью композиционного решения для изучения механизмов создания синкретического значения. Учёные выделяют следующие

функции мемов: функция группового идентификатора; актуализация в Сети смеховой стихии; трансляция общественно значимых идей, идеологической позиции; инструмент маркетинга, рекламы и пиара; креативная функция – самовыражение пользователей Интернета. Как поликодовые образования мемы создаются средствами различных знаковых систем. Сегодня в Сети существуют специальные сайты, на которых любой пользователь может выбрать любой шаблон, добавить свою надпись, которая может модифицировать и расширять исходное значение визуального компонента, и опубликовать новый мем.

В аспекте архитектоники поликодовые мемы могут состоять из одной или нескольких композиционных частей, в качестве стратегии их расположения используются горизонтальная, вертикальная, их комбинации; в состав мемов может входить заголовочный компонент (Рисунок 16).



Рисунок 16 – Примеры различной архитектоники мемов

**Параграф 2.2.2 «Прецедентный текст и его трансформации»** посвящён рассмотрению значимости в создании синкретического значения ПКТ ментефактов, хорошо известных большинству представителей национально-лингвокультурного сообщества, апелляция к которым регулярно возобновляется в их речи, актуальных в познавательном и/или эмоциональном планах.

При создании мемов активно используются такие прецедентные феномены, как: вербальные выражения, выражения и изображения, иконические произведения (плакаты, фильмы, мультфильмы и т.д.), персоналии и т.п. Их применение отличается рядом особенностей: прецедентные феномены используются в аутентичном и/или трансформированном виде; одну ситуацию могут представлять мемы, созданные на основе разных прецедентных текстов, или один феномен может использоваться для создания тематически различных мемов. Степень изменения прецедентных текстов различна, вплоть до минимальной узнаваемости. Примеры из деривационной истории демонстрируют спектр подобных изменений (Рисунок 17).



Рисунок 17 – Примеры из деривационной истории

О.С. Иссерс выделяет восемь регулярных трансформаций мема и считает его трансформационный потенциал сущностным свойством, которое позволяет использовать эту коммуникационную единицу в широком спектре актуальных контекстов.

Следует отметить, что радикальная трансформация возможна при условии освоения мема массовой аудиторией, вхождения в современные речевые практики, потому что тогда он опознаётся большинством реципиентов. Важность установления прецедентного феномена определяется в контексте понимания механизма порождения нового смысла. В целом, трансформации актуализируют прецедентный текст и способствуют трансляции новой информации посредством привычного и действенного инструмента.

**В параграфе 2.2.3 «Лингвосемиотические механизмы создания синкретических значений поликодовых мемов с русскоязычным вербальным компонентом»** исследуются особенности формирования значений ПКТ на примере текстово-графической разновидности мемов. Проведённый анализ подтверждает важность положения о семантической значимости детали изображения как облигаторного элемента. В качестве аттрактора она упорядочивает когнитивную ситуацию неопределённости, выделяет объект в коммуникативном пространстве. Выражаясь в разного рода нестандартных явлениях, разрушающих автоматизм восприятия информации реципиентом, аттрактор является когнитивным механизмом конструирования нового смысла. Нарушение «читательского ожидания» ведёт к усилению репрезентативности детали. В результате интенсификации она начинает выполнять в мемах аттрактивную, экспрессивную, смыслообразующую функции.

Для исследования иконического компонента мемов важны следующие положения: наличие множества способов изображения на уровне графического представления, важность подобия изображаемому объекту для визуального знака, неслучайность выбираемого образно-графического представления, возможность понимания только в контексте использования фоновых знаний.

Положения контекстной и интерпретирующей семантик определяют важность широкого контекста как источника информации для интерпретации и фоновых знаний как обязательного условия толкования, которые учитываются в семантическом анализе в качестве прагматических пресуппозиций, функционируют в качестве «выводной схемы», обеспечивающей выбор адекватной стратегии интерпретации и обработку анализируемой последовательности; поэтому при анализе конкретных мемов для успешной интерпретации важен выбор типа контекста. При этом важно понимать особенности генерации оценки средствами разных знаковых систем. Иллокутивная сила мемов может не только ограничиваться развлечением, но включать и резко негативную оценку лица / группы лиц, приписывая им осуждаемое социумом поведение, и положительную оценку действий насильственного характера.

Особое внимание в работе уделяется соотнесённости плана выражения с планом содержания, взаимосвязи их изменений, корреляции вербальных и невербальных компонентов. В аспекте исследования архитектоники мемов сформулировано положение об  $n$ -частной композиционной структуре, где переменная  $n$  принимает отличные от 0 числовые значения, и выделены особые выразительные возможности мемов с несколькими композиционными частями:

демонстрация обусловленности поведения одних и тех же участников разными ситуациями (диахронический аспект – разные хронологические срезы), противоположных точек зрения на одну ситуацию (синхронический аспект – состояние на одном условно выделенном этапе), несовпадения предполагаемого и реального, сюжетности представляемой ситуации и т.п. (Рисунок 18). При исследовании использовалась модель анализа, учитывающая: количество композиционных частей, их расположение, композиционные стратегии (горизонтальная, вертикальная, их комбинации).



Рисунок 18 – Примеры мемов с несколькими композиционными частями

Так, в меме с двухчастной горизонтальной композицией, иконический компонент которого – аллюзия на фильм «Операция Ы и другие приключения Шурика», иллюстрирующего диахронический аспект, используется приём, сходный с приёмом синтаксического параллелизма в монокодовых вербальных текстах, только здесь в качестве предиката, характеризующего ситуацию, выступает иконический компонент. В композиционных частях сохраняется набор структурных элементов (не считая заголовочных), а изменение в содержании происходит в результате релокации номинаций. В меме «Пара» (синхронический аспект) в имплицитной форме в первой части выражена положительная самооценка; во второй – негативная оценка объекта другим коммуникантом. Изменение оценочности обусловлено меной фрагмента иконической части ПКТ. В меме с вертикальной композиционной структурой «Передать шпаргалку» с целью передачи разных оценок одной ситуации осуществляется мена изображений в композиционных частях (Рисунок 18).

Мемы с n-частной композиционной структурой активно используются для выражения отношений сопоставления (представляемое vs реальное), репрезентации диалогической коммуникации, способны демонстрировать развитие сюжетной линии – своеобразная наррация (Рисунок 19).



Рисунок 19 – Примеры мемов с вертикальной композицией

Среди ПКТ с n-частной композиционной структурой, особую группу составляют мемы с вариативной композиционной частью, использующиеся для передачи в ходе относительно развёрнутого повествования одного из так называемых экстремистских значений (Рисунок 20).



Рисунок 20 – Мемы с вариативной композиционной частью

Важную роль в создании синкретического значения играют оппозитивно-интегративные отношения между средствами различных знаковых систем, когда содержание вербального и невербального компонентов мема противопоставлено, но они дополняют друг друга в целях совместной передачи информации. Эта особенность активно используется для формирования скрытой насмешки и резко негативной оценки. Важность оппозитивно-интегративных отношений проявляется также при трансформации конвенционального жанра поздравительной открытки. Несмотря на использование традиционных блоков вербальной части поздравительных текстов, иконический компонент нарушает жанровые и коммуникативные нормы и формирует потенциальную конфликтность мемов (Рисунок 21).



Рисунок 21 – Примеры оппозитивно-интегративных отношений между вербальным и иконическим компонентами мемов

Невербальный компонент в таких мемах выполняет важную смыслообразующую функцию, корректирующую содержание вербальной части, поэтому в произведениях с оппозитивно-интегративными отношениями значима оценочность визуального кода. Семантика чаще всего обусловлена содержанием детали изображения, доминирование которой способствует сохранению мемами иллюкутивной силы, несмотря на модификацию вербального компонента, поэтому при интерпретации такого рода текстов акцент необходимо делать на исследовании иконической части.

Для отображения специфики одного из способов деталеобразования нами введён термин «аллореференциальная изоморфность детали изобразительного

компонента ПКТ». Это разновидность отношений подобия, являющаяся способом выделения фрагмента изображения посредством изменения (трансформации) какой-то подробности в изобразительном компоненте таким образом, что она обретает сходство с иным, а не должным в данном контексте референтом и становится полифункциональной деталью, выполняя структурную, смыслообразующую, аттрактивную и др. функции. Механизм семантического приращения действует посредством выбора иного репрезентанта, устанавливая отношения корреляции плана выражения и плана содержания. Такой приём используется, в частности, для выражения негативной оценки в неприличной форме. По этой причине примеры мемов не приведены.

В качестве средства формирования иронии и негативной оценки в мемах активно используются языковая и графическая игра. Вербальными и иконическими средствами обыгрываются двусмысленные выражения, как средства изменения содержания используются фонетическая игра и вариативность постановки знака препинания (Рисунок 22).

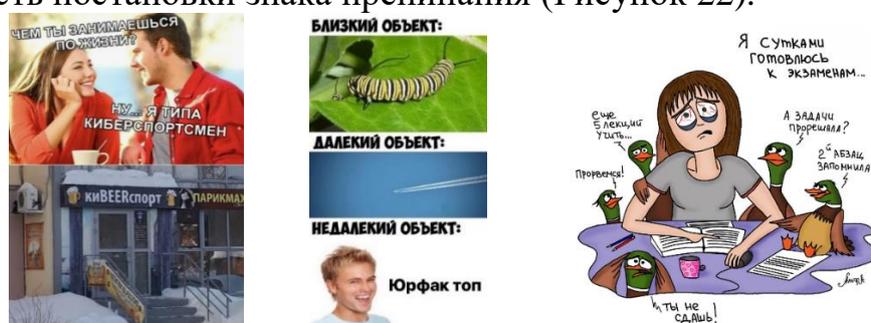


Рисунок 22 – Примеры языковой игры в мемах

Для создания синкретического значения мемов активно используются возможности визуального кода, например, как для визуализации культурных стереотипов, так и для их переосмысления (Рисунок 23).

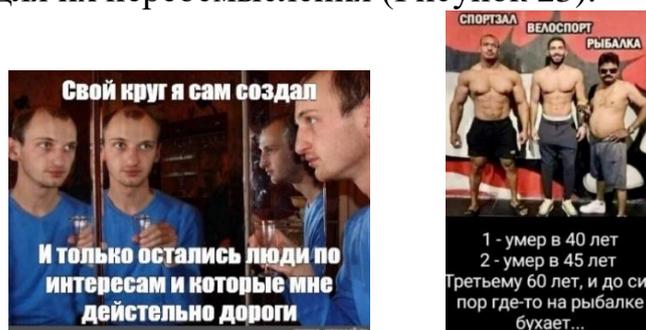


Рисунок 23 – Примеры визуализации культурного стереотипа и переосмысления

Мемы с зеркалом часто используются для реализации визуального дейксиса. С помощью изобразительного эллипса осуществляется семантическая компрессия – не подробное вербальное / визуальное представление ситуации, а условно-образная модель. Приём свёртки визуального ряда осуществляет компрессию n-частной композиционной структуры без потери выразительности всего произведения и с сохранением основного значения и нужного перлокутивного эффекта. Используются и возможности развёртывания

визуального ряда. Интерес для исследователя представляет использование визуальной и поликодовой метафор (сравнение осуществляется комплексно – средствами вербального и визуального кодов) (Рисунок 24).



Рисунок 24 – Пример визуализации зоосемантической метафоры

В поликодовых мемах применяется широкий спектр приёмов: контраст, алогизм, инверсия, намёк, параллелизм, компрессия, перенос, отражение, маскировка содержательных компонентов и др.

Проведённый во второй главе комплексный анализ ПКТ с русскоязычным вербальным компонентом показал, что у таких разных, хотя отчасти и связанных, поликодовых произведений, каковыми являются тексты рекламного дискурса и мемы, выявлено сходство в использовании текстовых техник разной семиотической природы, комплексировании различных способов создания синкретичного объекта, например, использование вертикальных и горизонтальных композиционных стратегий, аллюзий, приёмов языковой и графической игры, визуализации метафоры, инверсии, инкорпорирования и т.д. Полученные результаты помогают лучше понять специфику создания синкретического значения в ПКТ, распространённых в современном отечественном социокультурном пространстве.

В **Заключении** диссертации подводятся итоги и излагаются основные результаты исследования, в число которых входят: введение новой операционной единицы и подтверждение семантической значимости детали как облигаторного элемента ПКТ; расширение номенклатуры терминов с целью отображения особенностей функционирования лингвосемиотических механизмов создания синкретического значения; адаптированная к рекламному дискурсу проективная гипотеза манипулятивного воздействия коммерческого нейма; экспликация соотнесённости плана выражения с планом содержания, взаимодействия вербальных и невербальных кодов; подробное представление широкого спектра различных способов, средств и приёмов создания ПКТ; демонстрация значительного потенциала средств визуализации. Главными факторами создания синкретического значения семиотически гетерогенных текстов являются поликодовость, интертекстуальность и структурность. Синкретическая форма представления информации способствует трансляции разнообразного содержания и полифункциональности ПКТ с вербальным русскоязычным компонентом. В условиях современной глобально-символьной медиаконвергенции и визуально ориентированной коммуникации вербальная составляющая в них всё больше начинает зависеть от невербального, в основном, иконического компонента.

Дальнейшие перспективы исследования состоят в расширении предмета исследования посредством постановки новых задач, расширении перечня исследуемых семиотических систем, изучении их влияния на вербальный компонент, анализе иных видов поликодовых текстов с русскоязычным вербальным компонентом.

### **Работы, опубликованные по теме диссертации**

*Статьи в журналах, включённых в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук:*

1. Захаров Р.И. Особенности репрезентации участников коммуникативного события в структуре креолизованного текста: опыт лингвоэкспертного исследования // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2021. – № 1. – С. 211–218. (1,0 п.л.). (К1)
2. Захаров Р.И. Вариативность интерпретации поликодового текста: лингвосемиотический ракурс // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2023. – № 2. – С. 231–238. (0,6 п.л.). (К1)
3. Захаров Р.И. Лингвосемиотические механизмы формирования манипулятивного потенциала поликодовой номинации в рекламном дискурсе // Научный диалог. – Т. 12. – № 9. – 2023. – С. 162–183. (1,3 п.л.). (К1)
4. Захаров Р.И. Деталь изображения в поликодовом тексте макро-мема как лингвосемиотический механизм формирования оценочности // Коммуникативные исследования. – 2024. – Т. 11. – № 1. – С. 89–103. (1,0 п.л.). (К2)

*Статьи, опубликованные в других научных изданиях:*

5. Захаров Р.И. Музыкальный компонент креолизованных текстов: к вопросу о поиске лингвистических оснований анализа в судебной лингвистической экспертизе // Международные и национальные тенденции и перспективы развития судебной экспертизы: сборник докладов II Международной научной конференции, г. Нижний Новгород, 21–22 мая 2020 г. – Нижний Новгород: ННГУ, 2020. – С. 137–144. (0,4 п.л.).
6. Юматов В.А., Захаров Р.И. Граффити как объект комплексной судебно-почерковедческой и лингвистической экспертизы // Национальные и международные тенденции и перспективы развития судебной экспертизы: сборник докладов Всероссийской научной конференции с международным участием, Нижний Новгород, 20–21 мая 2021 г. – Нижний Новгород: ННГУ, 2021. – С. 312–333. (0,65 / 0,65 п.л.)
7. Юматов В.А., Захаров Р.И. Граффити как медиатекст: поиск оснований в рамках междисциплинарного подхода // Русский язык в поликультурном мире: V Международный симпозиум (8–12 июня 2021 г.) / Отв. ред. Е.Я. Титаренко: Сборник научных статей. В 2-х т. – Симферополь: Издательский дом КФУ, 2021. – Т. 1. – С. 222–228. (0,2 / 0,2 п.л.)
8. Захаров Р.И. Поликодовые тексты как манипулятивный инструмент рекламного дискурса (на примере коммерческой номинации) // Манипуляции и

социум: язык, сознание, культура: сборник научных трудов / под ред. М.Н. Конновой [Электронный ресурс]: научное электронное издание. – Калининград: Издательство БФУ им. И. Канта, 2023. – С. 146–149. (0,2 п.л.)

9. Захаров Р.И. Оппозитивно-интегративные отношения вербального и изобразительного компонентов в меме: на примере текстов студенческого дискурса // Научные исследования в современном мире. Теория и практика: сборник статей XXI всероссийской (национальной) научной конференции (Санкт-Петербург, Июль 2023). – СПб.: ГНИИ «Нацразвитие», 2023. – С. 51–54. (0,3 п.л.)

10. Захаров Р.И. Контекстно-семантические преобразования языковых средств на примере рекламного текста // Современные методы и инновации в науке: сборник статей XXI международной научной конференции (Санкт-Петербург, Август 2023). – СПб.: ГНИИ «Нацразвитие», 2023. – С. 21–27. (0,4 п.л.)

11. Захаров Р.И. Синтагматика и парадигматика в поликодовых коммерческих номинациях: на примере словообразовательной модели // Языковые категории и единицы: синтагматический аспект. Материалы XV Международной научной конференции, посвященной 70-летию кафедры русского языка ВлГУ (Владимир, 26–28 сентября 2023 года). – Владимир: Транзит-ИКС, 2023. – С. 196–201. (0,3 п.л.)

12. Захаров Р.И. «Поздравительная открытка» как потенциальный объект судебно-лингвистической экспертизы // Современный медиатекст и судебная экспертиза: междисциплинарные связи и экспертная оценка: сборник научных работ по итогам Международной научно-практической конференции «Современный медиатекст и судебная экспертиза: междисциплинарные связи и экспертная оценка» (Москва, 12–13 октября 2023 г.). – Москва: ООО «СОЮЗКНИГА», 2023. – С. 108–119. (0,7 п.л.)

13. Захаров Р.И. Многофункциональность изобразительного компонента поликодовых текстов (на примере коммерческого нейма) // Дискурсивные практики в цифровую эпоху: традиции и инновации: сборник статей по материалам Международной научной конференции «Дискурсивные практики в цифровую эпоху: традиции и инновации» (Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Институт филологии и журналистики, 4–5 апреля 2024 года). Нижний Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2024. – С. 82–89. (0,4 п.л.)

14. Захаров Р.И. К вопросу совершенствования метаязыка исследований поликодовых текстов при производстве судебной лингвистической экспертизы // Национальные и международные тенденции и перспективы развития судебной экспертизы: сборник докладов Научно-практической конференции с международным участием, г. Нижний Новгород, 22–23 мая 2024 г. – Нижний Новгород: ННГУ, 2024. – С. 125–132. (0,5 п.л.)

Общий объем публикаций по теме диссертации составляет 7,95 п.л.