

Научная статья

УДК 81'42:316.472.4:004.77

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.15209>



ПОЛИКОДОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ В МЕССЕНДЖЕРЕ TELEGRAM

О.В. Магировская , А.А. Струзик  

Сибирский федеральный университет,
г. Красноярск, Российская Федерация

 annnastruzik@gmail.com

Аннотация. В статье выявляются, систематизируются и описываются основные способы поликодовой репрезентации информации в мессенджере *Telegram*. Теоретический обзор осмысления понятия «код» позволяет проследить, каким образом эволюция понимания кода расширила сферу лингвистических исследований до сложнейших форматов коммуникации, одним из которых выступают социальные интернет-сети и мессенджеры. В результате анализа 200 постов из 15 *Telegram*-каналов разного профиля выявлено, что основными кодами платформы выступают вербальный компонент, изображение, видео, аудио, ссылки, средства графического выделения и метатекст. Интеграция данных кодов подчиняется целому ряду факторов, что указывает на поликодовую специфику репрезентации информации в анализируемом мессенджере. С помощью методов концептуального и мультимодального анализа выявляются шесть базовых моделей сочетания кодов («вербальный текст + изображение»; «вербальный текст + видео»; «вербальный текст + аудио»; «вербальный текст + графическое выделение»; «вербальный текст + ссылки»; «вербальный текст + метаданные»), описывается специфика межкодовых отношений, выбор типа поликодowości обосновывается прагматической направленностью поста и типом коммуниканта. В исследовании доказывається, что ведущим компонентом информативности выступает вербальный код; визуальный компонент обеспечивает наивысшую степень как быстроты восприятия информации, так и ее эстетичности; аудио- и видео-компоненты обладают потенциалом интимизации; ссылки реализуют интертекстуальность интернет-текста и, как следствие, повышают степень информативности; графическое выделение обеспечивает удобство смысловой структуризации текста и выделение его значимых аспектов; метаданные, несмотря на автоматический операционный характер, являются важным компонентом персонализации и инструментом продвижения. В своей совокупности выявленные типы поликодowości могут рассматриваться как значимые показатели цифровой идентичности и цифровой репутации пользователей мессенджера *Telegram*, в частности, и всего интернет-пространства, в целом.

Ключевые слова: код, мессенджер Telegram, тип поликодowości, межкодовые отношения, поликодовое сочетание.

Для цитирования: Магировская О.В., Струзик А.А. Поликодовая репрезентация информации в мессенджере Telegram // Terra Linguistica. 2024. Т. 15. № 2. С. 92–101. DOI: 10.18721/JHSS.15209

Research article

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.15209>

POLYCODE REPRESENTATION OF INFORMATION IN TELEGRAM MESSENGER

O.V. Magirovskaya , A.A. Struzik Siberian Federal University,
Krasnoyarsk, Russian Federation✉ annnastruzik@gmail.com

Abstract. The article identifies, structures and describes the key patterns of information polycode representation in *Telegram* messenger. Theoretical review of the concept code proves that the evolution of its understanding has expanded the scope of linguistic research to the most complex communication formats, social networks being one of them. Analysis of 200 posts from 15 *Telegram* channels of different profiles reveals six main codes of the platform: verbal component, image, video, audio, links, graphics tools, and metatext. The integration of these codes is subject to a number of factors, which indicates the polycode specificity of the meaning representation. Conceptual and multimodal methods of analysis have led to the identification of six basic models of polycode representation in *Telegram* messenger: “verbal text + image”; “verbal text + video”; “verbal text + audio”; “verbal text + graphics”; “verbal text + links”; “verbal text + metadata”. The research states the specifics of inter-code relationships, justifies the choice of the polycode pattern by the post pragmatics and the communicator type. It also proves that the verbal code is the key component of the content, the visual code provides both the highest degree of information processing and its aesthetics, audio and video codes serve for contact establishing, the links present the intertextuality of the Internet text and, as a result, expand the information, graphics provides the convenience of semantic structuring of the text and highlights its significant aspects; metadata, despite its operational nature, is an important component of personalisation as well as a promotion tool. Taken together, the polycode patterns can be viewed as significant indicators of the digital identity and reputation of *Telegram* users as well as the Internet users in general.

Keywords: code, *Telegram* messenger, polycode pattern, intercode relationships, polycode combination.

Citation: Magirovskaya O.V., Struzik A.A., Polycode representation of information in Telegram messenger, *Terra Linguistica*, 15 (2) (2024) 92–101. DOI: 10.18721/JHSS.15209

Введение

С развитием науки и увеличивающейся востребованностью исследований, выполненных в рамках междисциплинарных направлений, множество научных понятий выходят за рамки привычных терминологических определений, их границы становятся все менее четкими. Включение отдельных из них в новые области знаний, как правило, приводит к их переосмыслению и вновь запускает их в активный терминооборот. Одним из таких понятий в XXI веке становится понятие кода.

Выступая ведущим для многих научных направлений, термин «код» фиксирует разные аспекты проявления семиотичности. В отличие от технических дисциплин, в которых наблюдается его упрощение и расщепление, в лингвистике происходит содержательное расширение данного понятия, что обусловлено все более глубоким проникновением в сущность системы языка как системы сложного семиотического кодирования. Если Ч. Пирс, выделяя знаки-иконны, знаки-индексы и знаки-символы, связывает специфику языкового кодирования с особенностями репрезентации объектов внешнего мира [1], то Р.О. Якобсон уже определяет код как набор закрепленных правил, за счет которых реализуется сообщение, относя код к одному из шести неотъемлемых элементов системы коммуникации [2].

У. Эко расширяет пространство семиотики языка, указывая, что код есть повсюду [3]. Разделяя пансемиотический взгляд ученого, Р. Барт приближает семиотическое кодирование к коду

культуры, рассматривая его как «сетку, которую культура набрасывает на окружающий мир, членит, категоризирует, структурирует и оценивает его» [4, с. 5] и тем самым обеспечивает сверхтекстовую организацию значений [5].

В фокусе современных лингвистических исследований под кодом понимается очень гибкий и потенциально емкий механизм функционирования языка как «системы условных обозначений, символов, знаков и правил их комбинации между собой для передачи, обработки и хранения (запоминания) информации в наиболее приспособленном для этого виде» [6, с. 90]. В рамках когнитивных исследований код рассматривается как определенная конфигурация языкового знания о мире, так называемый наполняемый «контейнер» [7], в котором «укладываются», определенным образом структурируются и форматируются все элементы концептуальной картины мира.

Обусловленность специфики кода тем или иным аспектом исследований приводит к необходимости наличия атрибута для его детализации (например, *культурный код*, *семиотический код*, *когнитивный код*, *генетический код*, *нейробиологический код* и т.д.). В конце прошлого столетия человеческая цивилизация приходит к новому типу кода – коду цифровому, или интернет-коду. Данный тип семиотического кодирования наиболее сложен, так как позволяет реализовывать перенос данных в виртуальное пространство и, как следствие, формирует это пространство. В связи с этим практически невозможно представить современный интернет-текст в его «чистом» виде как реализующий заложенный в нем смысл за счет исключительно вербального компонента. Соответственно, полная семиотичность текста предполагает активизацию нескольких типов кодов, тесно взаимодействующих между собой и выстраивающих определенные отношения (в XXI веке рекламный текст сопровождается ярким и запоминающимся изображением, отзыв/рецензия – рядом ссылок, сообщение другу – эмодзи или анимированным стикером и т.д.). В таких сочетаниях выделяются разные типы взаимоотношений между кодами и, соответственно, между элементами разной кодовой природы (репетиционные, аддитивные, выделительные, оппозитивные, интегративные, изобразительно-центрические [8]). Подобные неразрывные отношения вербального и невербального позволяют говорить о проблеме поликодовости текста [6, 9] или в другой терминологии – мультимодальности [10–12] и креолизованности [8, 13–16]. В результате поликодовость текста, функционирующего в интернет-среде, является той характеристикой, которая положена в основу понимания сущности интернета как ключевого пространства интеграции кодов на разных уровнях, что во многом обуславливает цель проводимого исследования, которая заключается в выявлении, систематизации и описании основных способов поликодовой репрезентации информации в мессенджере *Telegram*.

Методы и материал исследования

Проведенный анализ 200 постов из 15 *Telegram*-каналов разного профиля показал, что вербальный компонент постов, размещенных в данном мессенджере, сочетается с одним (или двумя-тремя) из шести возможных кодов: 1) изображением; 2) видео; 3) аудио; 4) ссылками; 5) средствами графического выделения; 6) метатекстом. Каждый код закреплен за определенным компонентом поста. Соответственно, взаимосвязь между компонентами обусловлена определенным типом смысловых отношений.

Основными моделями сочетания кодов (типами поликодовости) выступают: 1) вербальный текст + изображение; 2) вербальный текст + видео; 3) вербальный текст + аудио; 4) вербальный текст + графическое выделение; 5) вербальный текст + ссылки; 6) вербальный текст + метаданные. Использование конкретного типа поликодовости и, как следствие, взаимосвязь актуализируемых кодов обусловлены прагматическими целями и типом интернет-пользователя.

Полученные выводы стали возможными в результате применения системы методов анализа эмпирического материала. В качестве основного выступает полимодальный анализ, позволяющий показать, что полнота репрезентации информации достигается путем интеграции функционально-

семантического потенциала каждого из задействуемых в поликодовых моделях модусов, и доказать, что каждый код (модус) по отдельности — это лишь «частичный носитель глобального значения сообщения» [12]. Не менее объяснительным является прагматический анализ, с помощью которого выявляются прагматические цели как каждого конкретного типа поликодowości, так и составляющих его кодов (модусов).

Специфика поликодовой репрезентации в Telegram-постах

Несмотря на достаточно большой арсенал кодов, интеграция вербального и визуального компонентов (*поликодовое сочетание «вербальный текст + изображение»*) выступает ведущим типом репрезентации информации в Telegram-постах (141 пост из 200). Данный факт во многом обусловлен потенциалом визуального компонента обеспечивать наивысшую степень быстроты восприятия информации. Как следствие, сочетание изображения с вербальным текстом позволяет выделять пост на фоне других постов, что, в свою очередь, обеспечивает реализацию такой нарастающей тенденции в прагматике общения, как высокая конкуренция за привлечение внимания аудитории.

В результате проведенного анализа выявлено, что ключевым компонентом поста может быть как текст, так и изображение. Приоритетность компонента, как правило, определяется форматом канала и основной содержательной идеей поста.

В случаях, когда изображение дополняет вербальную часть (выделительные отношения), основной задачей описываемого поста является информирование: вербальный код обеспечивает высокую степень информативности материалов, визуальный, обеспечивая когнитивную потребность в формировании конкретного образа, — упрощает и убыстряет их восприятие аудиторией (73 поста из 200) (рис. 1).

Если визуальный и вербальный компоненты находятся в отношении взаимодополнения (интеграционные отношения), визуальный компонент, как и в первом случае, позволяет представить образы, о которых идет речь в посте (41 пост из 200). В свою очередь, текст частично утрачивает степень информативности и обеспечивает функцию пояснения, эксплицируя тематику и основной концептуальный вектор поста. В результате информация представлена так, что без наличия изображения достаточно сложно представить образы, о которых идет речь в посте, и, наоборот, без пояснительного текста пользователи испытывают затруднение с определением тематики и концептуальной идеи поста (рис. 2). Данный тип отношений так же универсален, как и предыдущий, и, как следствие, наблюдается в каналах на любую тематику и определяется конкретной прагматической целью конкретного автора.

Изобразительно-центрический тип отношений между вербальным и визуальными компонентами выполняет эстетическую функцию и характерен для каналов с визуальным содержанием (например, каналов, посвященных стилю, кинематографическим объектам или фото-референсам), когда для восприятия информации изображение важно как схема или эстетический элемент (27 постов из 200). В таких постах нет необходимости и часто возможности дублировать заложенную с помощью изображения идею посредством ее описания вербальным текстом (рис. 3).

Поликодовое сочетание «вербальный текст + видео» основано на двух основных типах видеокомпонентов (30 постов из 200).

Первый вариант сочетания разных кодовых пространств в виде текста и видео в одном посте представлен фрагментами текстовых сообщений, сопровождающихся прикрепленным видеофайлом с отложенным запуском (аддитивные отношения) (19 постов из 200). Файл может быть загружен автором или взят из видео-площадок. Отсутствие мгновенного запуска до клика пользователя при рассмотрении целого поста разрешает изначально видеть сочетание текста и изображения, позволяющее получить нужную информацию, которое переходит в сочетание текста и видео, подтверждающее и детализирующее полученное знание (рис. 4). Указанные поликодовые



Рис. 1. Пост Telegram-канала MUR (30.01.2024)
Fig. 1. Post of the Telegram channel MUR (30.01.2024)

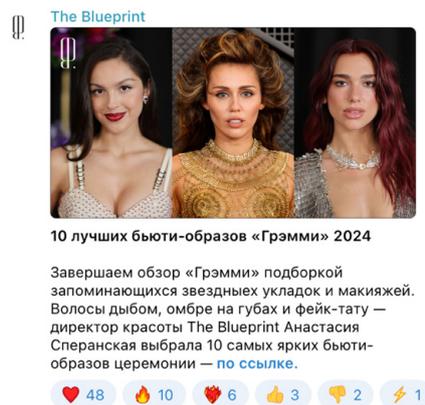


Рис. 2. Пост Telegram-канала The Blueprint (05.02.2024)
Fig. 2. Post of the Telegram channel The Blueprint (05.02.2024)

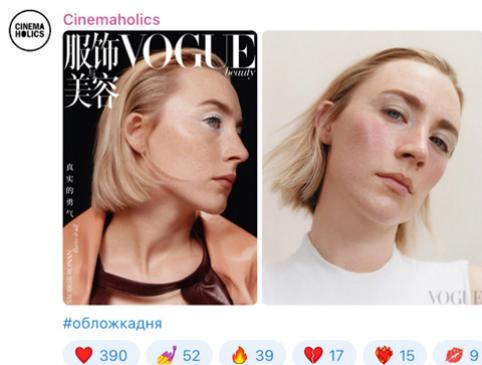


Рис. 3. Пост Telegram-канала Cinemaholics (19.01.24)
Fig. 3. Post of the Telegram channel Cinemaholics (19.01.24)

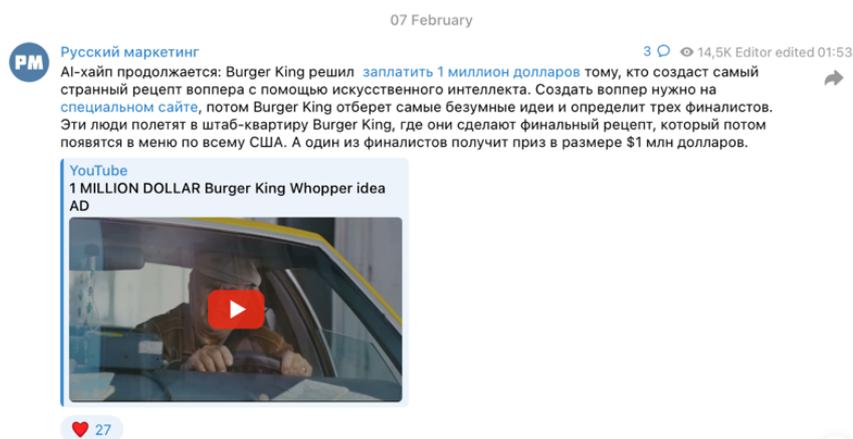


Рис. 4. Пост *Telegram*-канала *Русский маркетинг* (07.02.24)
 Fig. 4. Post of the *Telegram* channel *Ruskiy Marketing* (07.02.24)

отношения наиболее актуальны для каналов, ориентированных на информирование аудитории и, следовательно, обязательно содержащих определенный новостной элемент.

Другим вариантом видео-поста является такой уникальный формат *Telegram*, как видео-сообщения в формате «кружочек», посредством которых пользователи записывают видео синхронно, комментируя и/или демонстрируя определенную ситуацию или мнение в окне в форме круга (изобразительно-центрические отношения) (рис. 5) (11 постов из 200). Данный способ кодирования информации позволяет вместить преимущественно лицо говорящего, что, в свою очередь, в значительной степени интимизирует общение, сокращая дистанцию с аудиторией. В своем полном варианте пост с использованием такого типа видео состоит из одного видео или сопровождается отдельным текстовым постом в целях пояснения или дублирования записанной на видео информации.

Использование персонализированного видео или «кружков» в составе поста чаще всего встречается в каналах, созданных для продвижения личного бренда пользователя. Данный факт во многом объясняется тем, что такой способ поликодовой репрезентации является наиболее удобным и приемлемым для демонстрации образа жизни пользователя и трансляции его личных размышлений.

С появлением опции голосовых сообщений посты многих социальных интернет-платформ, в том числе и *Telegram*, претерпели кардинальное изменение. Они стали выполнять функцию не только информативных блоков, реализующихся посредством вербального текста, но и подкаст-площадок для персонализированного нарратива (**поликодовое сочетание «вербальный текст + аудио»**) (16 постов из 200). В результате проведенного анализа установлено, что данный тип поликодового сочетания характерен для персонализированных каналов или каналов, информация в которых подается в фокусе конкретной личности (эксперта, профессионала и др.), и обусловлен (подобно видео-сообщениям в формате «кружочек», но в меньшей степени) прагматической необходимостью эмоционального сближения с аудиторией.

Как следствие, посты такого типа поликодового сочетания состоят из голосовой дорожки, представленной в виде шкалы изменения голосовых волн, и сопровождающего текста с пояснением. Выбор данной модели поликодовой репрезентации информации обусловлен предпочтением пользователя осуществлять коммуникацию через аудиосообщение, в котором размышление о заявленных темах имитирует близкий межличностный контакт с пользователями. Функция текстовой части поста, соответственно, сводится к указанию темы разговора или рубрики и раздела, что позволяет сохранить информацию в рамках определенной категории тем

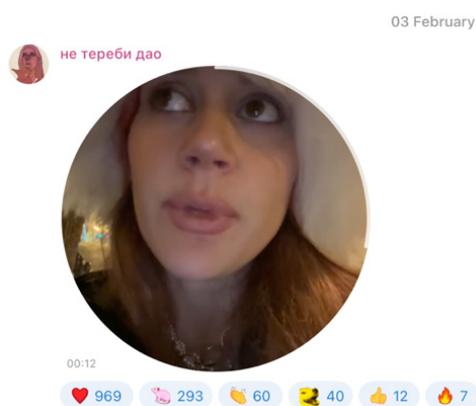


Рис. 5. Пост *Telegram*-канала *не тебеи дао* (03.02.24)

Fig. 5. Post of the *Telegram* channel *ne terebi dao* (03.02.24)

и обеспечить быстрый доступ к ней во всей системе постов или навигации по *Telegram*-каналам. Такое функциональное взаимодействие указанных кодов преимущественно центрическое.

В последнее время все большее развитие получают репетиционные отношения видеокода и кода вербального, с помощью которого дублируется содержание видеосообщения. Это позволяет данному типу полимодального кодирования выполнять социально значимую инклюзивную функцию, делая текст доступным для аудитории с определенными ограничениями (невозможность прослушать сообщение в общественном месте или наличие физиологических проблем со слухом).

Поликодовое сочетание «вербальный текст + ссылка» реализует интертекстуальность интернет-текста (38 постов из 200). При этом поликодовость данного типа текста не исключается в силу того, что код текста-источника отличается от кода основного текста. Несмотря на вербальную природу обоих текстов, текст-ссылка формируется иначе. Он не представляет собой отдельный законченный текст, а встраивается в определенную лексическую единицу внутри оформленного текста в формате гиперссылки и позволяют перейти на страницы с более детальной информацией. В результате такие посты способствуют расширению фоновых знаний пользователя и его углублению в заявленную тематику (аддитивные отношения кодов). Достаточно часто такой способ поликодовости используется в коммерческих целях и служит средством рекламы.

Поликодовое сочетание «вербальный текст + графическое выделение» (рис. 6) стало возможным за счет широкого спектра цифровых инструментов для работы с текстом, преобразующих его в новую форму «графического гибрида» [15] и обеспечивающих удобство смысловой структуризации текста и выделение значимых аспектов текста (выделительные отношения) (43 поста из 200). Данная когнитивная необходимость получила свое активное развитие за счет таких новых визуально-графических единиц, как «иконки». Описанный способ наглядного кодирования, значительно отличающегося от привычных приемов графического выделения текста жирным шрифтом, курсивом или зачеркиванием, достаточно быстро привел к активному созданию авторских иконок (рис. 7), что дает возможность придать своему каналу и тексту большую уникальность. Как следствие, многофункциональность и эмоционально содержательная емкость данной кодовой системы достаточно быстро привели к тому, что ее использование стало унифицированным и все чаще рассматривается как негласная норма при оформлении поста.

Поликодовое сочетание «вербальный текст + метаданные» является функциональной необходимостью интернет-текста (функциональные отношения) (200 постов из 200). В связи с этим включение в пост данных о дате публикации или последнего изменения, количестве просмотров и комментариев на пост, которые могут также иметь иконическую репрезентацию, реализуется по-

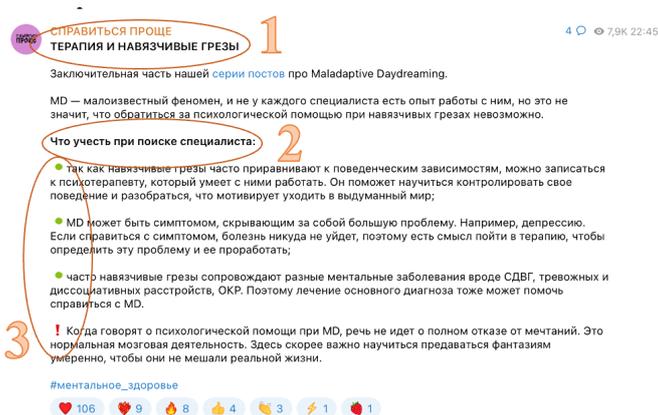


Рис. 6. Пост Telegram-канала *СТАНОВИТЬСЯ ПРОЩЕ* (19.01.24)
Fig. 6. Post of the Telegram channel *STANOVIT'SYA PROSHCHE* (19.01.24)



Рис. 7. Набор эмодзи «ЭМОДЖИКИ» в Telegram
Fig. 7. Emoji-set EMODZHIKI on Telegram

средством автоматизации поста и, следовательно, не зависит от авторского решения. Несмотря на функциональную универсальность такой операционной системы организации поста, представляется обоснованным рассматривать данный тип поликодовости в качестве важного метакода персонализации, так как именно на данный код ориентируются пользователи канала в целях продвижения, причем независимо от того, выступает ли коммуникантом отдельная личность или бренд, организация, компания.

Заключение

Выявленные модели основных поликодовых сочетаний в мессенджере Telegram указывают на особый способ конфигурации знаний в современной интернет-коммуникации. Данный способ проявляется в избирательном, а не в одновременном сочетании всех возможных кодов, что обусловлено прагматической целью поста и типом коммуниканта. Инструментарий кодов, предлагаемых анализируемой платформой, позволяет реализовывать все необходимые пользователям мессенджера форматы передачи информации и, более того, выбирать наиболее приемлемые модели поликодовости. В результате становятся возможными выражение готовности к эмоциональной близости, личностное продвижение, быстрота и полнота информирования, а также социальная инклюзия участников, для которых доступны не все каналы общения. Как следствие, выбираемые пользователями мессенджера Telegram модели поликодового кодирования выступают релевантными показателями их цифровой идентичности и цифровой репутации.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Пирс Ч.С.** Избранные философские произведения: пер. с англ. / пер. К. Голубович, К. Чухрукидзе, Т. Дмитриева. М.: Логос, 2000. 448 с.
2. **Якобсон Р.О.** Структурализм «за» и «против». М.: Прогресс, 1975. 473 с.
3. **Эко У.** Отсутствующая структура: Введение в семиологию. Санкт-Петербург: Symposium, 2004. 544 с.
4. **Красных В.В.** Коды и эталоны культуры (приглашение к разговору) // Язык, сознание, коммуникация: сб. ст.: вып. 19 / ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2001. С. 5–19.
5. **Барт Р.** Избранные работы: Семиотика. Поэтика: пер. с фр. М.: Прогресс, 1989. 78 с.
6. **Чернявская В.Е.** Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность: учебное пособие. М.: Либроком, 2009. 248 с.
7. **Кубрякова Е.С.** Язык и знание. М.: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
8. **Пойманова О.В.** Семантическое пространство вербального текста: дис. ... канд. филол. наук. М., 1997. 237 с.
9. **Сонин А.Г.** Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления // Вопросы языкознания. 2005. Вып. 6. С. 115–123.
10. **Кибрик А.А.** Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования – IV. М.: ИП РАН, 2010. С. 134–152.
11. **Bezemer J., Kress G.** Writing in Multimodal Texts: a Social Semiotic Account of Designs for Learning // Written Communication. 2008. Vol. 25 (2). P. 166–195.
12. **Kress G.** The multimodal landscape of communication // Medien Journal. 2002. Vol. 4. P. 4–19.
13. **Бернацкая А.А.** К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние: научное издание // Речевое общение: Специализированный вестник. 2000. Вып. 3. С. 104–110.
14. **Ворошилова М.В.** Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. 2006. Вып. 20. С. 180–189.
15. **Попова Т.В.** Креолизованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX–XXI вв. Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2013. С. 147–176.
16. **Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф.** Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука, 1990. С. 178–187.

REFERENCES

- [1] **Pirs Ch.S.**, Izbrannyye filosofskiye proizvedeniya [Selected philosophical works], transl. by K. Golubovich, K. Chukhrukidze, T. Dmitriyeva. Logos, Moscow, 2000.
- [2] **Yakobson R.O.**, Strukturalizm “za” i “protiv” [Structuralism “for” and “against”], Progress, Moscow, 1975.
- [3] **Eko U.**, Otsutstvuyushchaya struktura: Vvedeniye v semiologiyu [Missing Structure: An Introduction to Semiology], Symposium, St. Petersburg, 2004.
- [4] **Krasnykh V.V.**, Kody i etalony kultury (priglaseniye k razgovoru) [Codes and standards of culture (an invitation to a conversation)]. Yazyk, soznaniye, kommunikatsiya: sb. statey, iss. 19, ed. by V.V. Krasnykh, A.I. Izotov. MAKS Press, Moscow, pp. 5–19.
- [5] **Bart R.**, Izbrannyye raboty: Semiotika. Poetika [Selected works: Semiotics. Poetics], Progress, Moscow, 1989.
- [6] **Chernyavskaya V.E.**, Lingvistika teksta: Polikodovost, intertekstualnost, interdiskursivnost: uchebnoye posobiye [Text Linguistics: Polycode, intertextuality, interdiscursivity: textbook], Librokom, Moscow, 2009.
- [7] **Kubryakova Ye.S.**, Yazyk i znaniye [Language and knowledge], Languages of Slavic Cultures, Moscow, 2004.
- [8] **Poymanova O.V.**, Semanticheskoye prostranstvo verbalnogo teksta: dis. ... kand. filol. Nauk [The semantic space of a verbal text: dis. ... cand. of Philol.]. Moscow, 1997.
- [9] **Sonin A.G.**, Eksperimentalnoye issledovaniye polikodovykh tekstov: osnovnyye napravleniya [Experimental study of polycode texts: the main directions], Topics in the Study of Language. 6 (2005) 115–123.

- [10] **Kibrik A.A.**, Multimodalnaya lingvistika [Multimodal linguistics]. Kognitivnyye issledovaniya – IV, Psychology Institute RAS Publ., Moscow, 2010, pp. 134–152.
- [11] **Bezemer J., Kress G.**, Writing in Multimodal Texts: a Social Semiotic Account of Designs for Learning, Written Communication. 25 (2) (2008) 166–195.
- [12] **Kress G.**, The multimodal landscape of communication, Medien Journal. 4 (2002) 4–19.
- [13] **Bernatskaya A.A.**, К проблеме “креолизации” текста: история и современное состояние: научное издание [On the problem of “creolization” of the text: history and current state: scientific publication]. Rechevoye obshcheniye: spetsializirovanny vestnik. 3 (2000) 104–110.
- [14] **Voroshilova M.V.**, Креолизованный текст: аспекты изучения [Creolized text: aspects of the study], Political Linguistics. 20 (2006) 180–189.
- [15] **Popova T.V.**, Креолизованные производные как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX–XXI вв. [Creolized derivatives as an element of Russian written communication at the turn of the XX–XXI centuries. Ekaterinburg], Ural State Pedagogical University Publ., Yekaterinburg, 2013.
- [16] **Sorokin Yu.A., Tarasov Ye.F.**, Креолизованные тексты и их коммуникативная функция [Creolized texts and their communicative function]. Optimizatsiya rechevogo vozdeystviya. Nauka, Moscow, 1990.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT AUTHORS

Магировская Оксана Валериевна

Oksana V. Magirovskaya

E-mail: magirovskayaov@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0003-4286-2613>

Струзик Анна Александровна

Anna A. Struzik

E-mail: annnastruzik@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8423-2022>

Поступила: 22.04.2024; Одобрена: 06.06.2024; Принята: 17.06.2024.

Submitted: 22.04.2024; Approved: 06.06.2024; Accepted: 17.06.2024.