

## КРЕОЛИЗИРОВАННЫЙ ТЕКСТ КАК СРЕДСТВО СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ: ВЕРБАЛЬНАЯ И ВИЗУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩИЕ

**Инас Тарек Шакер**

канд. филол. наук, преподаватель русского языка, Багдадский университет, Ирак, г. Багдад

### **Creolized Text as a Means of Modern Communication: Verbal and Visual Components**

**Inas Tarek Shaker**

*candidate of philology, teacher of Russian language, Baghdad University, Iraq, Baghdad*

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению креолизированного текста как средства современной коммуникации, в котором описано его ключевые вербальная и визуальная составляющие; представлена взаимосвязь понятий поликодовый текст и креолизированный текст; названы основные универсальные функции изображения; выделены виды креолизированных текстов; доказано, что эффективным средством привлечения внимания адресата является использование выразительных функций шрифта, которые делятся на две группы: топографимику (механизмы варьирования площадной синтагматики текста) и супраграфимику (изменение гарнитуры шрифта).

**Abstract.** The article considers a creolized text as a means of modern communication, describing its key verbal and visual components; the relationship of concepts polycode and creolized text has been shown; the universal basic image features have been called; the following kinds of creolized texts have been distinguished; it has been proved that the effective means of attracting the attention of the addressee is the use of expressive font features, which are divided into two groups: topographics (mechanisms of varying of areal syntagmatic of a text) and supragraphics (change of typeface of font).

**Ключевые слова:** креолизированный текст; вербальная и визуальная составляющие; поликодовый текст; информативная; аттрактивная; эстетическая и экспрессивная функции; топографемика; супраграфемика.

**Keywords:** creolized text; verbal and visual components polycode text; informative; attractive; aesthetic and expressive features topographics; supragraphics.

Новые тенденции развития лингвистики в XXI веке, быстрая смена научных парадигм влияют на то, что в современном, насыщенном информацией мире, понятие *коммуникации* стремительно меняется, становится более сложным и приобретает полисемиотический характер. Разнообразие способов передачи информации, которое связано с процессом совершенствования информационно-коммуникативных технологий, тотальной компьютеризацией общества, инициирует появление новых средств индивидуализации и стратегий дифференциации, а коммуникативность и прагматическая эффективность при этом является результатом сочетания различных элементов сложно организованных

семиотических систем.

В условиях политической, экономической, социально-культурной интеграции, усиление взаимодействия и взаимозависимости стран мира, формирования «мирового сообщества», «планетарного социума» наблюдается стремительное развитие и усложнение *коммуникации*, которое заключается не только в ее информационной насыщенности, но и в новых путях кодирования информации, в которых заметно возрастает значение *визуальных компонентов*. Имея большую роль в развитии нового восприятия действительности, *визуальная информация* «претендует на высокую степень вероятности» [22, с. 115], поскольку и слово, и изображение имеют возможность выражать понятие различных уровней абстрактности» [19, с. 112]. Комбинация *естественного языка* «как элемента культуры, которая предусматривает динамичность и изменчивость во времени» [34, с. 5] и *языка визуализации*, которая «может стать интернациональным языком общения» [13, с. 180], формирует «информационно-коммуникативный универсум, который позволяет произвести переход к глобальному управлению в режиме реального времени странами, континентами, минуя границы и расстояния» [23].

Основные подходы к определению и рассмотрению особенностей конвергенции знаков вербальной и других семиотических систем в процессе коммуникации освещены в работах В. М. Агеева, Р. Барта, А. Бергера, В. Колшаньского, Ч. У. Морриса, Ч. С. Пирса и др. Исследование изображения как определенной знаковой системы прослеживается в работах А. Е. Анисимовой, В.М. Березина, А. А. Бернацкой, М. Б. Ворошилова, Д. П. Чигаева и др. Несмотря на различные подходы к исследованию знаков, все авторы достаточно единодушны в трактовке этого понятия, понимая **знак** как материальный предмет, который является заменой другого предмета, явления или события, которые используют в процессе коммуникативного взаимодействия для презентации информации.

Важная составляющая знака – его обозначение или замещение не единичного объекта или конкретного явления, а большого количества объектов / явлений. Совокупность объектов, которые обозначает знак, называют **денотатом знака**, а совокупность знаний (сведений) об конкретном объекте и его связи с другими – **концептом знака**. *Знаковая система* – это набор знаков, который составляет словарь языка вместе с системой правил, регулирующих их сочетаемость при создании семиотического текста [1, с. 51].

На сегодня различают *знаки речевые* и *неречевые*. Однако, по мнению Р. Барта, именно *неречевые знаки* вводят дополнительную информацию, конкретизируют содержание сообщения, помогают воссоздать предыдущий опыт адресата и выполняют роль опоры для сообщения. А *вербальный (речевой) знак* помогает адресату сориентироваться среди множества иконических знаков и обратить внимание на отдельные культовые знаки, то есть становится формой контроля над образом (изображением) [5, с. 306].

Усиление межкультурных политических и экономических связей в условиях роста и развития визуальной медиаккультуры имеет значительное влияние на формирование социокультурной жизни современного общества. В условиях глобализации становится безальтернативным признание того, что внимание ученых сосредоточивается на креолизованной информации, а ее адекватная трансляция выступают важным условием общественного взаимодействия людей.

Обращаем внимание на то, что сегодня невербальный компонент не уступает значению словесного ряда, потому что он превратился из подчиненного (вторичного) источника информации в самостоятельный компонент текста. Невербальные средства могут передать разные оттенки значения вербальных компонентов текста, они наделены определенным абстрактным и конкретным смыслом, содержанием, образностью и имеют высокий ассоциативный потенциал.

В конце XX ст. объектом научного исследования в лингвистических исследованиях становится сочетание элементов различных семиотических систем, вызывает появление термина «креолизованный текст». Российские ученые Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасов впервые предложили этот термин в 1990 р., понимая под ним тексты, которые в своем составе имеют две негомогенные части – вербальную (речевую) и невербальную (та, которая принадлежит к

другим системам, чем естественный язык)» [31, с. 180-186].

С тех пор вопросам изучения *креолизированных текстов* занимаются А.Е. Анисимова, В.М. Березин, А.А. Бернацька, Н.С. Валгина, М.Б. Ворошилова, Д. Кристал, В. О'Греди, Д.П. Чигаев и др. В научных публикациях также применяются такие понятия, как: *поликодовые тексты* [9; 15; 30], *изовербальный комплекс* [8], *изоверб* [24], *лингвовизуальный комплекс* [10], *видеовербальные тексты* [28], *семантически осложненные тексты* [29], *семантически обогащенные тексты* [33] и т. п. Мир креолизации текстов чрезвычайно разнообразен: научно-технические, газетно-публицистические, иллюстрированные художественные тексты, тексты-инструкции, комиксы, открытки и др.

Роль креолизации текстов стремительно растет по мере «эскалации изображения», которая характеризуется качественно новым процессом развития языковой коммуникации, которая, в свою очередь, отвечает потребностям и возможностям современного общества. Функциональным преимуществом текста такого типа является возможность для автора варьировать эмфатический упор на разных знаковых системах, выбирая в определенном контексте тот или иной элемент в зависимости от его прагматической насыщенности [18, с. 17].

В исследованиях последних лет отмечается, что граница между понятиями *поликодовый текст* и *креолизированный текст* не является достаточно четкой. В современном языкознании терминологически эти понятия используются как практически взаимозаменяемы, поскольку некоторые исследователи отождествляют вышеназванные виды текстов (А. Е. Анисимова, Л. Большаянова, А. В. Михеев, Т. Орлова). Например, В. Эйгер и Л. В. Юхт определяют *поликодовый текст* как сочетание природного языкового (лингвистического) кода с кодом какой-либо другой сложно организованной семиотической системы [16, с. 107]. О. Сонин называет *поликодими* «тексты, построенные на сочетании в едином графическом пространстве семиотической гетерогенных составляющих, – вербального текста в письменной или устной форме, а также лингвистических знаков другой природы» [30, с. 117]. Невербальные компоненты в таких текстах – не только культовые знаки, но и аудиовизуальные, поэтому наиболее ярким их примером можно считать видеоклип [9, с. 20-22]. При этом М. А. Ищук *поликодовые тексты* сравнивает с многоканальными текстами, «которые имеют более широкий спектр гетерогенных составляющих, то есть, кроме изобразительного и вербального компонентов, в их состав входит звуковой устный текст диалогического характера, который требует дополнительных каналов восприятия (телевизионные передачи, телереклама, кинотексты, виртуальные электронные тексты)» [17, с. 178]. А термин «креолизированный» М.А. Ищук предлагает употреблять в случаях обращения к одноканальным текстам (комикс, афиша, плакат, реклама в печатном виде), которые образованы комбинацией негомогенных составляющих и требуют только зрительного восприятия [17, с. 178]. А. А. Бернацька также разграничивает «поликодовый» и «креолизированный» текст. В частности, термины «поликодовый» и «семиотически затрудненный» текст, по ее мнению, является наиболее приемлемым для обозначения негомогенных, синкретических текстов, которые образуются комбинацией компонентов и элементов разных знаковых систем при их взаимной *синсемантии*, то есть при одинаковой важности любых знаковых систем, которые принимают участие в оформлении такого текста [9, с. 109].

Интересной представляется позиция А. Е. Анисимовой, которая *креолизированный текст* определяет как особый лингвовизуальный феномен, сложное образование текста, в котором невербальный и вербальный компоненты формируют и организуют одно структурное, визуальное, функционирующее и смысловое целое, которое обеспечивает его прагматическое воздействие на адресат [3, с. 17]. А. Е. Анисимова отмечает, что целостность креолизованного текста определяется установкой адресанта с помощью коммуникативно-когнитивной природы, и подробно рассматривает языковые средства создания образности и их взаимодействие с изображением. Автор отмечает, что креолизированными следует называть только те тексты, где доминантное поле образуют рисунки с помощью паралингвистических средств [3, с. 8]. Основными универсальными функциями изображения, которое служит средством визуальной коммуникации, следом за А. Е. Анисимовой, являются *информативная, аттрактивная, эстетическая и экспрессивная функции*, которые предлагаем рассмотреть ниже.

Если *аттрактивная функция* прослеживается в том, что она придает изображению свойство привлечения внимания адресата, а также принимает участие в организации визуального восприятия текста; *информативная функция* – способствует передаче определенной информации; *экспрессивная функция* – способствует выразить адресанту чувства и, таким образом, влиять на эмоции самого адресата; то *эстетическая функция* прослеживается в чувственно-воспринимаемых, наглядных образах, где представлен художественный замысел художника [3, с. 51].

Основными компонентами «классического» креализированного текста является *вербальная составляющая* (вербальный текст, надпись / подпись) и *визуальная, иконическая, невербальная составляющая*, которая может быть представлена изображениями / иллюстрациями (фотографией, рисунком, карикатурой и др.), схемами, символическими изображениями, таблицами, формулами и т.д. [14, с. 76]. В зависимости от типа текста эти компоненты встречаются в разных сочетаниях. Наиболее распространенными моделями, по мнению А. Е. Анисимовой, являются:

- иллюстрация + надпись / подпись (плакат, граффити, карикатура);
- серия иллюстраций + сопровождающие их надписи / подписи (комикс, альбом); вербальный текст + одно изображение / несколько изображений без сопроводительной надписи / подписи (листочки, значительная часть художественных текстов);
- главный вербальный текст + одна иллюстрация / несколько иллюстраций и сопровождающие их надписи / подписи (газетно-публицистические, научные, научно-популярные тексты) [3, с. 9].

А. В. Пойманов выделяет виды креализированных текстов, учитывая объем информации, которую передают разные знаки, и роль изображения: 1) *репетиционные* – иллюстрация повторяет вербальный текст; 2) *аддитивные* – иллюстрация оказывает определенную дополнительную информацию; 3) *выделительные* – иллюстрация подчеркивает конкретный аспект вербальной информации, объем которой значительно больше; 4) *оппозитивные* – содержательная структура, переданная иллюстрацией, вступает в противоречии с вербальной информацией, вызывает комический эффект; 5) *интегративные* – иллюстрация, встроенная в вербальный текст; 6) *изобразительно-центричные* – вербальная часть объясняет, конкретизирует изображение, которое занимает главное место в сообщении [28].

В зависимости от присутствия иллюстрации и характера взаимосвязи вербальной и визуальной составляющими А. Е. Анисимова разделяет креализированные тексты на: 1) *тексты, где прослеживается нулевая креолизация* (иллюстрация отсутствует), 2) *тексты, где имеется частичная креолизация* и 3) *тексты, где представлена полная структура креолизации*. В текстах, где имеется частичная креолизация вербальная составляющая является, как правило, автономной, она не зависит от иллюстрации, которая, в свою очередь, имеет факультативный характер (научно-популярные, газетные и художественные тексты). В текстах, где представлена полная структура креолизации вербальная составляющая не может быть без невербальной, изображение выступает облигаторным элементом текста (плакаты, карикатуры, объявления и пр.) [3, с. 15].

Д. П. Чигаев выделяет три основные модели создания креализованных текстов:

- 1) вербальный текст + иллюстрация: вербальный текст подкреплен иллюстрацией;
- 2) иллюстрация + вербальный текст: иллюстративно-визуальные компоненты усиливаются с помощью сопроводительных вербальных компонентов;
- 3) вербальный текст = иллюстрация: вербальные и иллюстративно-визуальные составляющие выбирают специально для взаимодействия друг с другом [33, с. 6].

Креолизированные тексты отличаются своей негомогенностью – сочетанием вербальной и невербальной частей, семантически, структурно и прагматично связанных между собой. Эти средства имеют особую роль, поскольку они помогают сформировать как *план выражения*,

так и *план содержания текста*. Будучи носителем конкретной информации, невербальные средства пытаются привлечь внимание адресата, а полная экспликация информации из текста становится невозможной без их декодирования и интерпретации [3, с. 8]. Уровень интегрированности всех иллюстративных и визуальных средств, так же как и других знаковых образований, является очень высоким в едином текстуальном пространстве печатных и электронных изданий [7, с. 162]. Это приводит к тому, что «изображение уже не просто иллюстрирует вербальный текст, а включается в его семантику». Замечаем также то, что «вербальная коммуникация как целенаправленная лингвопсихоментальная деятельность адресанта и адресата в процессе информационного обмена» также тесно взаимосвязана с невербальными знаками, которые в интеграции с вербальными способствуют адекватному пониманию в общении [28, с. 14].

Учитывая то, что параграфемные элементы «передают общее настроение или атмосферу и контролируют наше восприятие изображаемого» [37, р. 42], можно утверждать, что они, прежде всего, осуществляют эстетическое воздействие на адресата. Именно поэтому неотделимость вербального и невербального элементов как на структурном, так и на семантическом уровне является необходимым. В частности, креолизованные тексты нужно рассматривать на трех уровнях – *лексическом, синтаксическом и композиционном*, которые вместе создают определенный прагматический эффект. *Лексический уровень анализа* предполагает исследование специфики употребления лексики, направленной на создание положительного / отрицательного образа объекта. *Синтаксический уровень анализа* предполагает выделение особенностей употребления предложений, синтаксических конструкций в креолизованных текстах. А *композиционный анализ* заключается в определении прагматической силы, которая обеспечивает сочетание малоформатного текста с изображением [3, с. 188]. Кроме того, взаимосвязь компонентов на композиционном уровне предполагает корреляцию изображения со словом, предложением, абзацем с учетом хронологии подачи информации [32, с. 300]. Г. Н. Тельминов, в свою очередь, отмечает, что взаимодействие на *уровне содержания* является не менее важным, поскольку оно предполагает наличие семантического взаимодействия между негомогенными компонентами текста: знаки вербального и визуального кодов обозначают одни и те же объекты или различные объекты, которые связаны тематически или ассоциативно [32, с. 300].

Креолизованные тексты направлены на такого читателя, который быстро воспринимает необходимую ему информацию, а при ее чтении ссылается на яркие и запоминающиеся элементы. Этот тип реципиента комплексно воспринимает средства различных семиотических кодов, в процессе восприятия способен осуществлять операции синтеза [33, с. 11]. В частности, это прослеживается в различных *логотипах* компаний, предприятий и пр., то есть изобразительный ряд имеет познавательное назначения. Это такая составляющая текста, без которого сам текст теряет свою познавательную суть, свою текстуальность: визуальные элементы – смысловые компоненты текста, которые передают его основное содержание.

Необходимо отметить, что удачное сочетание иллюстративно-визуальных и вербальных знаковых единиц способствует инкультурации реципиента, уточнению или обновлению его знаний о городе. Характерная особенность любого письменного текста – гарнитура и размер шрифта, цвет, использование математических и пунктуационных знаков, а также других паралингвистических средств. В частности, Д. П. Чигаев подчеркивает, что в современной рекламе ключевая роль принадлежит *шрифтовому символизму* – условной взаимосвязи между шрифтовым оформлением текста и его коннотативного оттенка [33].

Эффективное средство привлечения внимания адресата – использование выразительных функций шрифта, которые делятся на две группы: *топографемике* (механизмы варьирования площадной синтагматики текста) и *супраграфемике* (изменение гарнитуры шрифта) [33, с. 17].

*Средствами выразительности топографемике* является регистровые выделения слов / букв, выделение курсивом, полужирным шрифтом, подчеркивание, зачеркивание, разрядка, уплотнения, пространственное расположение текста и т.п. Выделение лексем курсивом, полужирным / жирным шрифтом или написанные большими буквами для эмфатического эффекта могут выполнять как денотативную, так и коннотативную функцию. Использование

подобных возможностей шрифта предоставляет информативному тексту зрительную выразительность, способствует процессу упрощения восприятия его содержания. Легкое чтение шрифта и его ассоциативность с предметом рекламы обеспечивает качественное восприятие информации и ее запоминания. Поскольку шрифт – важный механизм памяти культуры, его правильный выбор может усилить образное восприятие рекламы [21, с. 11].

*Выразительные возможности супраграфемике* являются более разнообразными в связи с тем, что гарнитура шрифта является одним из основных семиотических кодов креолизованного текста [33, с. 17]. Уже на первом этапе восприятия рекламного текста правильно подобранная гарнитура и начертание шрифта могут вызвать у адресата догадки о содержании рекламного сообщения. В частности, М. Б. Ворошилова подчеркивает, что определенный размер и гарнитура шрифта имеет существенное влияние на подсознание получателя информации, поскольку шрифт служит формой социального кодирования, проявляя принадлежность человека к тому или иному классу и группе [13].

Несмотря на это, ученые выделяют такие функции шрифта: *аттрактивную, содержательную, экспрессивную, характерологическую* (функция стилизации), *символическую, сатирическую, эстетическую, функцию мимикрии* [3, с. 61–64; 33, с. 17–19]. Например, различные текстуры, которые применяют в работе со шрифтами, могут вызвать у пользователя определенные ассоциации. Употребление в креолизованных текстах различных знаков препинания также способствует выполнению ряда функций, а именно: *прагматическую, экспрессивную и развлекательную*. Для того, чтобы сообщение было понятнее, его значение часто передают знаками препинания. Среди специфических особенностей пунктуации стоит акцентировать внимание на том, что восклицательный знак способен выполнять *сигнальную функцию*. Согласно Р. Барту, именно цвет способствует мгновенной активизации совокупности знаний и опыта индивида, позволяет обеспечить четкость и целостность композиции, задает определенный ритм прочтения текста. Цвет играет основную роль, поскольку он убедительно влияет на подсознательном уровне, служит средством распределения информации. Будучи эргономичным средством, цвет обеспечивает привлечение внимания целевой аудитории и акцентирование важной информации [5].

Таким образом, рост роли визуальной информации, ее органическое сочетание с вербальным текстом открывает новые горизонты для оказания влияния на потенциального адресата. Интеграция различных семиотических систем (текста, изображения, графических элементов, знаков препинания и т.д.) делает креативное представление любого бренда, логотипа и пр. его выделение из ряда подобных, то есть обеспечивает ему желаемое место на международной арене и в сознании целевой аудитории. Использование креолизованных текстов в продвижении фирм, предприятий и пр. структур обусловлено тем, что этим структурам как центрам развития культурной и деловой жизни современного общества свойственна многополюсность, мультикультуральность ценностей, интересов, потребностей населения, виртуализация и креолизация социального пространства, внедрение информационно-коммуникационных технологий.

### **Список литературы:**

1. Агеев В. Н. Семиотика / В. Н. Агеев. – М. : Издательство «Весь Мир», 2002. – 256 с.
2. Агеев В. Н. Семиотика / В. Н. Агеев. – М. : Издательство «Весь Мир», 2002. – 256 с.
3. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 128 с.
4. Барт Р. S/Z / Р. Барт ; [пер. с франц. Г. К. Косикова и В. П. Мурат ; под ред. Г. К. Косикова]. – [3-е изд.]. – М. : Академический Проект, 2009. – 373 с.
5. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Р. Барт. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с.

6. Бергер А. А. Видеть – значить верить. Введение в зрительную коммуникацию / А. А. Бергер. – М. : Вильямс, 2005. – 288 с.
7. Березин В. М. Массовая коммуникация : сущность, каналы действия / В. М. Березин. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 174 с.
8. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста : история и современное состояние / А. А. Бернацкая // Речевое общение : Специализированный вестник / Краснояр. гос. ун-т ; [под ред. А. П. Сковородникова]. – Красноярск, 2000. – Вып. 3 (11). – С. 104–110.
9. Большакова Л. С. О содержании понятия «поликодовый текст» / Л. С. Большакова // Вестник СамГУ. – 2008. – № 4 (63). – С. 20–24.
10. Большаянова Л. М. Вербальное сопровождение фотоизображения в современной британской прессе : содержание и структура : автореф. дисс. на соискание учён. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / Лидия Михайловна Большаянова ; Ленинград. ордена Ленина и ордена Трудового Красного Знамени гос. ун-т имени А. А. Жданова. – Ленинград, 1986. – 17 с.
11. Большаянова Л. М. Внешняя организация газетного текста поликодового характера / Л. М. Большаянова // Типы коммуникации и содержательный аспект языка. – М., 1987. – С. 50–56.
12. Валгина Н. С. Теория текста : [учеб. пособие] / Н. С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 280 с.
13. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст : аспекты изучения / М. Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – 2006. – Вып. 20. – С. 180–189.
14. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст в политическом дискурсе / М. Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – 2007. – Вып. (3) 23. – С. 73–78.
15. Дьякова Е. Ю. Поликодовый текст в британском рекламном дискурсе сферы образования : автореф. дисс. на соискание учён. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» // Елена Юрьевна Дьякова ; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2011. – 25 с.
16. Ейгер Г. В. К построению типологии текстов / Г. В. Ейгер, В. Л. Юхт // Лингвистика текста : материалы научной конференции при МГПИИЯ им. М. Тореца. – Ч. I. – М., 1974. – С. 103–110.
17. Ищук М. А. Гетерогенный текст : функции его составляющих / М. А. Ищук // Вестник ТвГУ. – 2008. – Вып. 13. – С. 176–182.
18. Каменская О. Л. Лингвистика на пороге XXI века / О. Л. Каменская // Лингвистические маргиналии : [сб. науч. трудов МГЛУ]. – Вып. 432. – М., 1996. – С. 13–21.
19. Колшанский Г. В. Контекстная семантика / Г. В. Колшанский. – М. : Издательство «Наука», 1980. – 154 с.
20. Колшанский Г. В. Паралингвистика / Г. В. Колшанский. – [2-е изд., доп.]. – М. : КомКнига, 2005. – 93, [2] с.
21. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология : [курс лекций] / В. В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
22. Левицкий В. В. Семасиология : [монография для молодых исследователей] / В. В. Левицкий. – [изд. 2, испр. и доп.]. – Винница : Новая Книга, 2012. – 680 с.
23. Мальковская И. А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы / И. А. Мальковская. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 240 с.
24. Михеев А. В. О некоторых типах взаимодействия изображения и текста / А. В. Михеев //

Типы коммуникации и содержательный аспект языка : [сб. научн. тр.]. – М. : АН СССР, Институт языкознания, 1987. – С. 191–199.

25. Моррис Ч. У. Основания теории знаков / Ч. У. Моррис // Семиотика. Сборник переводов ; [под ред. Ю. С. Степанова]. – М. : Радуга, 1982. – С. 78–112.

26. Орлова Т. Г. Поликодовый текст / Т. Г. Орлова // Педагогическое речеведение / [под ред. Т. А. Ладыженской]. – М., 1998. – С. 235–236.

27. Пирс Ч. С. Избранные философские произведения / Ч. С. Пирс ; [пер. с англ. К. Голубович, К. Чухрукидзе, Т. Дмитриева]. – М. : Логос, 2000. – 448 с.

28. Пойманова О. В. Семантическое пространство видеовербального текста: автореф. дисс. на соискание учён. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Ольга Валентиновна Пойманова ; Моск. ордена Дружбы народов лингв. ун-т. – М., 1997. – 24 с.

29. Протченко А. В. Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя : дисс. на соискание учён. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / Анна Владимировна Протченко ; Самар. гос. пед. ун-т. – Самара, 2006. – 229 с.

30. Сонин А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов : дисс. на соискание учён. степени д-ра филол. наук. : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Александр Геннадиевич Сонин ; Моск. гос. лингв. ун-т. – М., 2006. – 323 с.

31. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Высшая школа, 1990. – С. 180–186.

32. Тельминов Г. Н. Интернет-реклама как вид креолизованного текста / Г. Н. Тельминов // Вестник Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. – 2009. – № 5. – С. 300–304.

33. Чигаев Д. П. Способы креолизации современного рекламного текста : автореф. дисс. на соискание учён. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Денис Петрович Чигаев ; Моск. пед. гос. ун-т. – Москва, 2010. – 24 с.

34. Шевченко И. С. Историческая динамика прагматики предложения : английское вопросительное предложение 16-20 вв. : [монография] / И. С. Шевченко. – Харьков : Константа. – 1998. – 168 с.

35. Crystal D. A Little Book of Language / D. Crystal. – Cornwall : TJ International Ltd., 2010. – 260 p.

36. O'Grady W. Contemporary Linguistics / W. O'Grady, M. Dobrovolsky, F. Katamba. – Essex : Pearson Education Limited, 2001. – 755 p.

37. Nodelman P. Words about Pictures. The Narrative Art of Children's Picture Books / P. Nodlman. – Athens : The University of Georgia Press, 1988. – 318 p.