

Вербальные и невербальные средства гемеронимов как способ создания коммуникативного образа инфоресурса

Verbal and Non-Verbal Gemonyms: Crafting the Communicative Image of an Information Resource

DOI: 10.12737/2587-9103-2026-15-2-94-99

Получено: 02 февраля 2026 г. / Одобрено: 28 февраля 2026 г. / Опубликовано: 26 апреля 2026 г.

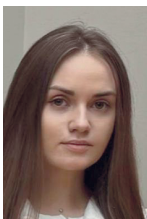


И.И. Просвиркина

Д-р пед. наук, доцент, профессор кафедры русского языка № 2 Института русского языка, профессор кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», Россия, 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6, ORCID iD: 0000-0002-4052-28-53, e-mail: prosvirkina-ii@rudn.ru

I.I. Prosvirkina

Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Russian Language No. 2 Institute of the Russian Language, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba (RUDN University), 10 Miklukho-Maklaya str., Moscow, 117198, Russia, ORCID iD: 0000-0002-4052-28-53, e-mail: prosvirkina-ii@rudn.ru



О.А. Хандожко

Менеджер по работе с сообществами в социальных сетях отдела коммуникаций в цифровых каналах ООО «Руформ», Россия, 125315, г. Москва, Ленинградский проспект, 72, e-mail: 1132239427@pfur.ru

O.A. Khandozhko

Community Manager, Digital Communications Department, Ruform LLC, 72, Leningradsky Prospekt, Moscow, 125315, Russia, e-mail: 1132239427@pfur.ru

Аннотация

Введение. Познание человеком коммуникативного пространства отражается в тех номинациях, с помощью которых он осмысливает окружающую действительность. В связи с вышесказанным анализ гемеронимов новостных телеграм-каналов, их вербальных и невербальных экспликативов, определяющих коммуникативный образ новостного контента, является актуальным.

Целью статьи является выявление вербальных и невербальных средств, которые используются в названиях телеграм-каналов и позволяют формировать позитивный коммуникативный образ новостного контента.

Методология, методы и методики. Для достижения цели используется структурно-семантический анализ гемеронимов, а также семантический анализ с помощью инструментов искусственного интеллекта, созданных в рамках проекта «Национальный корпус русского языка».

Результаты. Исследование названий информационных каналов одного из кроссплатформенных мессенджеров показало, что каждый гемероним представляет собой поликодовый текст, ориентированный на коммуникативную привлекательность для потребителя новостного контента. Компоненты гемеронима связаны по смыслу и выполняют определённую функцию (эмоциональную, воздействующую и т.п.). На смыслообразование информационного сообщения оказывает влияние не только его форма, содержание новости, но и вербальные и невербальные средства, функционирующие в названиях (гемеронимах) телеграм-каналов.

Научная новизна. Исследование новостных гемеронимов телеграм-каналов определило, что данные неймы представляют творческий феномен, в котором отражается национальная специфика мировосприятия автора новостного контента, «языковой вкус эпохи» стремительно меняющегося новостного пространства инфоресурсов.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы в работе специалистов по маркетинговым коммуникациям; менеджерами, работающими с сообществами в социальных сетях в цифровых каналах.

Ключевые слова: инфоресурс, гемероним, коммуникативный образ, телеграм-канал.

Abstract

Introduction. A person's perception of communicative space is reflected in the nominations through which he comprehends the surrounding reality. In light of the above, the analysis of hemeronyms of news Telegram channels, along with their verbal and non-verbal explicators that shape the communicative image of news content, is highly relevant.

Aim. This article aims to identify the verbal and non-verbal means used in the names of Telegram channels that help form a positive communicative image of news content.

Methodology and research methods. To achieve this aim, the study employs structural-semantic analysis of hemeronyms, as well as artificial intelligence tools developed within the framework of the Russian National Corpus.

Results. An analysis of the names of information channels in one cross-platform messenger revealed that each hemeronym represents a polycode text oriented toward communicative appeal. The components of a hemeronym are semantically interconnected and perform specific functions (emotional, influential, etc.). The "meaning formation" of an information message is influenced not only by its form and news content but also by the verbal and non-verbal elements operating within the names (hemeronyms) of Telegram channels.

Scientific novelty. The study of news hemeronyms in Telegram channels has determined that hemeronyms of news channels constitute a creative phenomenon reflecting the culturally specific worldview of the news content author, as well as the "linguistic taste of the era" within the rapidly changing news landscape of the information resource.

Practical significance. The practical significance of the study lies in the fact that its results can be used by marketing communications specialists, as well as by managers working with online communities on social media and digital channels.

Keywords: information resource, hemeronym, communicative image, telegram channel.

Введение

Называние новых фрагментов действительности — это сложный процесс, обусловленный различными факторами. Анализ механизма номинации новых лексических единиц позволяет понять, как в данной культуре происходит осмысление окружающей действительности, сохраняются или разрушаются культурные ценности, как проявляется «языковой вкус эпохи» (В.Г. Костомаров), как складывается система отношений «отправитель информации — получатель информации».

Следует отметить, что ономастическая лексика занимает особое место в системе языка, поскольку, как справедливо отмечает Е.Л. Березович [3], является источником информации о духовной культуре народа. Возможно, именно поэтому механизмы номинации лексических единиц интернет-пространства, в частности, пространства кросс-платформенных мессенджеров, является важными для понимания того, как в российской культуре сохраняются или меняются национальные паттерны, какие вербальные и невербальные средства используют журналисты для создания привлекательного образа инфоресурса и насколько точно они их определяют. Именно название телеграм-канала (гемероним) становится первым «эмоциональным сигналом», посылаемым создателем текста и привлекающим внимание определённого потребителя информации, поэтому исследование вербальных и невербальных средств, которые используются в названиях телеграм-каналов и позволяют формировать позитивный коммуникативный образ новостного контента, становится необходимым. Вторым сигналом, своеобразным социокультурным символом для потребителя информационного контента является форма подачи сообщения: новость «приходит» к адресату в виде обычного «личного» сообщения, и, таким образом, благодаря «коммуникативным сигналам» формируется доверительное отношение к получаемой информации.

Постановка проблемы. Теоретическая часть

Прежде чем приступить к анализу гемеронимов кросс-платформенных мессенджеров необходимо обратиться к научным работам, посвященным поликодовым текстам, в частности, к тем, которые способствуют созданию позитивного восприятия названия; отобрать для анализа названия (гемеронимы) телеграм-каналов, в которых размещается новостной контент; проанализировать вербальные (лексика, грамматика, и др.) и невербальные (графические элементы, эмодзи и др.) средства, формирующие позитивное восприятие гемеронимов телеграм-каналов.

В последние годы наблюдается детальное исследование поликодовых текстов (тексты, которые включают в себя разные знаковые системы) в разных аспектах: прежде всего, изучается интертекстуальный и поликодовый характер текстов, функционирующих в различных коммуникативных пространствах (О.А. Алимуратов, О.Ю. Гуго-

сьянц, З.У. Хакиева [1], А.Г. Сонин, Д.С. Мичурин [15] и др.); по-прежнему обсуждается вопрос о терминологическом многообразии, используемом в научных работах относительно поликодовых текстов (А.С. Антонникова (смешанный / поликодовый / мультимодальный) [2], Н.В. Новоспасская, Н.М. Дугалич [12] (поликодовый / креолизованный / смешанный / интерсемиотический / гетерогенный / полимодальный / интергративный), Х. Цзоу [17] (поликодовый / креолизованный) и др.); отмечается рост интереса к изучению смысла и функционирования поликодовых текстов в сфере медиакоммуникации и компьютерно-опосредованной коммуникации (И.Н. Горелов, Ю.А. Евграфова [4], Р.И. Захаров [5], Т.В. Нестерова [11], Н.В. Новоспасская, Н.М. Дугалич [12]; Сабадин Сантос [14] и др.).

Так, некоторые исследователи, опираясь на идеи Ю.А. Сорокина и Е.Ф. Тарасова [16], а также на концепцию О.В. Поймановой [13], отмечают, что поликодовые тексты — это тексты, состоящие из «вербального компонента» и «иконического компонента (невербального)» [7]. Каждый вербальный компонент связан с невербальным по смыслу и выполняют определённую функцию: эмоциональную, воздействующую, привлекающую внимание. Поликодовый текст, таким образом, является механизмом воздействия, в частности, относительно медийных сообщений. Несомненно, текст сообщений, функционирующих в пространстве подобных информационных источников, представляет интерес для исследователей, но вначале читатель определяет привлекательность источника информации и выбирает или не выбирает телеграм-канал, который создаёт у читателя положительный или отрицательный коммуникативный образ.

В статье Ю.В. Шуйской отмечается, что телеграм-каналы имеют влияние на пользователей и формируют самостоятельный медиадискурс [18]. Автор отмечает, что преимуществом данных средств коммуникации является адресность информационного контента, т.е. новость воспринимается «получателем» как приватная информация, приходящая в личном сообщении. Такая информация становится для читателя персонифицированной, потому что ему не обязательно её искать, переходить на сайт интернет-издания [18] — сообщение адресовано лично получателю. При такой подаче информационного контента роль вербальных и невербальных средств особенно значима, потому что точно выбранное языковое средство в данной ситуации может оказывать на адресата как положительное влияние, так и отрицательное. Мы, вслед за М.О. Кошляковой, рассматриваем телеграм-каналы как уникальные медийные элементы, в которых языковые средства способствуют не только привлечению внимания пользователя, но и его погружению в особое коммуникативное пространство, в котором читатель становится близким, «своим», приближённым к источнику информации [6]. Но, на наш взгляд, название информационного кана-

ла является не менее важным элементом коммуникативного образа информационного ресурса. Нельзя не согласиться с выводами исследователей, но, на наш взгляд, именно выбор источника информации важнее, потому что вначале читатель выбирает источник, а затем уже форму подачи информации. Таким образом, исследование гемеронимов телеграм-каналов требует комплексного анализа вербальных и невербальных языковых средств, с помощью которых авторы создают положительный образ каналов, притягивают читателей для чтения новостного контента.

Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили гемеронимы двадцати новостных телеграм-каналов, для анализа которых использованы методы контент-анализа, элементы структурно-семантического, а также аналитические данные, полученные с помощью инструментов искусственного интеллекта (сервиса *TGStat*, НейроКря, Карта слов), сервиса «Карта слов», позволяющие определить самые популярные телеграм-каналы и условия, при которых новостной текст воспринимается читателями позитивно, привлекает их внимание.

Результаты, дискуссия

При помощи сервиса *TGStat* для анализа были отобраны из контента названия двадцати популярных телеграм-каналов (по заданному критерию: количество подписчиков): «Москвач • Новости Москвы» — 5 048 035, «Прямой эфир • Новости» — 4 560 718, «Топор Live» — 4 229 047, *Mash* — 3 308 279, «РИА “Новости”» — 3 308 197, «СМИ “Россия не Москва”» — 3 223 751, «Новости Москвы» — 3 054 731, «Первый Московский» — 3 054 344, «Москва — это интересно» — 2 868 365, «Москва сегодня» — 2 601 728, «Московская хроника» — 2 081 961, *Readovka* — 2 053 007, «Москва Live» — 2 028 309, «Москва 24/7» — 2 014 315, «Раньше всех. Ну почти» — 1 966 984, «Правдивости» — 1 878 791, *Vaза* — 1 631 375, «Осторожно, новости» — 1 602 922, «Что там, Москва?» — 1 562 959, «Рифмы и Панчи 🍷» — 1 506 557.

Все названия популярных телеграм-каналов мы условно предлагаем разделить на пять групп. В первую группу включены *информативно-описательные названия*, в состав которых входит стилистически нейтральная однозначная лексика, поэтому мы можем предположить, что подписчиками таких каналов являются носители языка, тяготеющие к привычным и понятным им традиционным новостным названиям, например: «Новости Москвы», «РИА “Новости”» и др.

Вторую группу можно определить как *оперативные* телеграм-каналы, в названиях которых фигурирует указание на быстроту их реагирования на события и «свежесть» новостного контента. Это каналы, которые стараются подавать актуальную информацию. Актуальность и непрерывность информационного потока подчёркиваются в содержательном наполнении гемеронима канала, например:

«Первый Московский», «Москва 24/7». В названиях данных телеграм-каналов используются не только языковые средства, но и цифры, которые являются почти прецедентными феноменами. Например, в русскоязычном коммуникативном сознании числительное-прилагательное «*первый*» давно перестало обозначать порядковый номер, приобретая глубокий, почти сакральный смысл: «...первоначальный, самый ранний; происходящий, действующий раньше других; лучший из всех в каком-либо отношении; отличный...» [9]. О сказанном выше свидетельствуют коллокации, указывающие на синтаксические и семантические связи слова «первый» с другими, которые наполняют его добавочными смыслами. Скетчи, представленные в «Портрете слова», созданном НейроКря (Национальный корпус русского языка), дают представление о поведении анализируемого слова в разных контекстах (рис. 1) и устанавливают устойчивые ассоциативные связи.



Рис. 1. Скетчи к слову «первый»

Естественно, что первое устойчивое сочетание имеет ассоциативную связь с основным государственным каналом русского языка. А второй скетч отсылает нас к сакральности жертвы¹. Ну и, конечно, третья ассоциация, которая свидетельствует о важности оказаться первым в нужном месте в нужное время, чтобы получить желаемое, в данном случае — информацию. На наш взгляд, важны и ассоциации с четвёртой и пятой коллокациями, налагающие на источник информации (телеграм-канал) определённые обязательства: всегда быть первым, быть «во главе». Подтверждение данной мысли можно найти в Словаре русских эмоционально-экспрессивных преобразований: «лучший из всех, отличный, усил. первейший, увел.-усил. наипервейший»². Ну и, конечно, вся гамма эмоций, свя-

¹ Колесова Л. Семантика жертвы. URL: <https://mendeleev-center.ru/articles/article-0395.html>

² Давайте говорить правильно. Словарь русских эмоционально-экспрессивных преобразований // В.В. Химик. СПб: Филологический факультет СПбГУ, 2007. С. 428.

занных со словом «первый», отражена, на наш взгляд, в карте слов (рис. 2), созданной НейроКря.

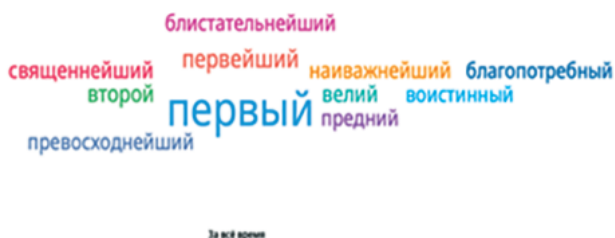


Рис. 2. Карта слов к лексической единице «первый»

К третьей группе можно отнести *экспрессивно-образные* названия, построенные на принципах языковой игры. Экспрессия и ирония достигаются различными способами. Например, в слове «москвач», образованном по модели слов «циркач», «трюкач», ирония возникает за счёт ассоциативного ряда. А в названии телеграм-канала «Правдивости» (образование множественного числа абстрактного существительного «правдивость» — склонность сообщать достоверную информацию) грамматика меняет лексическое значение слова, дополняя его новыми, едва уловимыми оттенками смысла. В состав некоторых гемеронимов наряду с русскими включают варваризмы, привлекающие читателей разных возрастов и лингвистических вкусов («Москва Live», «Топор Live»).

Остановимся на анализе названия телеграм-канала «Топор Live». Данный гемероним состоит из двух частей: первая русскоязычная часть — «топор» (название инструмента для рубки и тесания), вторая часть *live* (жить) — в англоязычном написании. «Топор» — это не только инструмент для рубки, но и старинное боевое оружие, а также символ жестокости и насилия, потому что означает «смертную казнь через отсечение головы»¹. Карта слов, сгенерированная НейроКря (НКРЯ) связывает слово топор с оружием (рис. 3).



Рис. 3. Карта слов НейроКря лексической единицы «топор»

Для понимания сути названия телеграм-канала важен и тот смысл, который содержится в пословице: «Что написано пером, того не вырубишь топором». Значение пословицы аккумулирует разные толкования: во-первых,

написанное слово имеет сакральное значение, потому что непобедима сила слова; во-вторых, то, что написано и стало известным, невозможно скрыть, оно останется в памяти; в-третьих, написанное слово имеет огромную ценность, потому что остаётся в памяти людей, напоминает об ответственности, является доказательством правды.

В слове «топор» содержится скрытая экспрессия благодаря ассоциациям, которые отсылают получателя информации к каким-то событиям, знаниям, опыту, закреплённым в его сознании. В Русском ассоциативном словаре², кроме частотных ассоциаций (*острый, дрова, рубить*), встречаются «Достоевский», «оружие Раскольникова», «преступление». Картаслов³ предлагает не только слова, но и фразы-ассоциации, которые закреплёны в сознании носителей русского языка: «каша из топора», «топор войны», «преступление и наказание» и др. За каждой ассоциацией — прецедентный сюжет, наполненный разными эмоциями: как положительными («каша из топора»), так и отрицательными («преступление и наказание»).

Для второй части названия авторами данного телеграм-канала был выбран английский вариант слова «жизнь» (*live*), возможно, из-за спектра значений слова в английском языке или как дань молодёжной моде — использовать в речи варваризмы как нечто экзотическое («не наше»). Данная лексическая единица, которая используется в названии вне зависимости от контекста, аккумулирует все значения данного слова: *глагол live* может быть переведён как «жить, не быть мёртвым»; *прилагательное live* — как «находящийся “в моменте”», в реальном времени (в нашем случае воспринимается как «прямая, свежая новость»); в словосочетании может восприниматься как «энергичная, живая, свежая, честная, актуальная»⁴.

Таким образом, благодаря сочетанию в названии гемеронима русского слова «топор» и английского слова *live* авторами создан яркий образ телеграм-канала, который может восприниматься разновозрастными носителями русского языка как ценный, реальный, правдивый информационный источник, которому можно доверять.

Интересным приёмом привлечения внимания читателей является использование в качестве названий логоэпистем (термин Н.Д. Бурвиковой и В.Г. Костомарова)⁵, сконструированных по модели логоэпистем, за которыми национальная общественная память закрепила некий образ, ситуацию, например: «Осторожно, новости» (= «Осторожно, злая собака»); «Раньше всех. Ну почти»; «Что там, Москва?» Данные названия содержат скрытую экспрессию, потому что состоят из фраз, которые отсылают получателя информации к ассоциациям, ситуациям, сюжетам, знаниям, опыту, которые закреплёны в его языковом сознании.

² Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Т. 1 От стимула к реакции // Ю.Н. Караулов и др. М.: АСТ, 2002. 661 с.

³ URL: <https://kartaslov.ru/ассоциации-к-слову/топор>

⁴ Англо-русский словарь. URL: <https://woordhunt.ru/word/live>

⁵ Бурвикова Н.Д., Костомаров В.Г. Жизнь в мимолётных мелочах. СПб., Златоуст, 2006.

¹ URL: <https://gramota.ru/poisk?query=топор&mode=all>

Небольшую группу составляют *креолизованные гемеронимы*, в которых «смешаны» вербальные и невербальные (например, эмодзи) средства: «Рифмы и Панчи 🍷». Данный гемероним сконструирован по модели: слово (или слова) + семиотический знак, т.е. представляет собой креолизованный текст. В связи с тем, что в названии использована литературная и сленговая лексика, экспрессивность которой усилена семиотическим знаком (эмодзи 🍷 — взрывающаяся голова), символизирующим *чувство изумления или шока*, а также может означать *истощение, замешательство или мигрень*, в некоторой интерпретации «потрясенный» смайлик может иметь значение: «получатель будет шокирован, поражен или испытает трепет от полученной информации». Совокупность различных трактовок позволяет каждому потребителю информации интерпретировать значение данного гемеронима по-своему.

Невербальные средства, которые используются в названиях телеграм-каналов, могут быть представлены графическими и визуальными элементами: пунктуационными знаками, символами, цифрами, латиницей, эмодзи. Они выполняют несколько функций: структурирующую (упорядочивают элементы названий, как в случаях с «•», «—» или запятой), акцентную (выделяют ключевые компоненты, например: «24/7» или *Live*), эмоционально-оценочную (создают определённый тон, например, эмодзи, вопросительный знак), идентифицирующую (формируют узнаваемость).

Совокупность вербальных и невербальных средств делает данный гемероним поликодовым текстом, экспрессивным, эмоциональным и этим, несомненно, привлекательным для потребителя информации. Таким текстам посвящены исследования [5; 6], в которых отмечается, что построенные на основе поликодового принципа фразы, тексты создают систему кодов, которые привлекательны для получателя информации ввиду их загадочности, многозначности, а также эмоциональности [1; 6; 11].

Пятая группа гемеронимов — это названия, которые состоят из английских слов или сконструированы на их основе: *Mash* (Месиво), *Baz* (база), *Readovka* (название происходит от Реадовского парка в Смоленске и от английского слова *read* («читаловка»). Данные названия указывают на быстроту, разнообразие новостного ресурса, а также на эксклюзивность информации: перемешаны в одном потоке грустные и смешные истории из жизни нашей страны, которые вы не найдете больше нигде, да

ещё и поданные через восприятие конкретного журналиста. Данный новостной контент — это своеобразная империя субъективизма.

Таким образом, гемероним — это особый текст, в котором смысл и эмоции сконцентрированы буквально в одном или нескольких словах. Благодаря ассоциациям, «заложены» в названии телеграм-каналов, потребитель информации легко находит необходимый новостной контент по скрытым семантическим сигналам. Вербальные и невербальные средства в названиях телеграм-каналов моделируют фактуальный, концептуальный и скрытый смысл, формируют позитивный коммуникативный образ новостного контента, превращая гемероним в коммуникативный «навигационный семантический знак», являющийся путеводным светом для современного потребителя информации.

Заключение

Анализ научной литературы, посвящённой проблемам поликодовых текстов, в частности ономастическим лексическим единицам, и механизмам их смыслообразования, позволяет сделать некоторые выводы.

Во-первых, гемеронимы — это особые лексические единицы, представляющие собой поликодовый текст, концентрирующий внимание читателя при выборе источника информации. Во-вторых, название ономастических лексических единиц, в частности, гемеронимов, формируется под влиянием социокультурных факторов, традиций, ментальности, вкусовых предпочтений народа, практической значимости называемого объекта действительности и т.п. В-третьих, существенными факторами при номинации гемеронимов новостных площадок на кроссплатформенных мессенджерах оказывают индивидуальные вкусы носителей языка и цели создателей инфоресурса. Именно гемеронимы отражают словотворчество журналистов телеграм-канала и предпочтения читателей, которые выбирают данный источник информации.

Ввиду вышесказанного анализ гемеронимов помогает определить характер интенций журналистов и потребностей читателей и, таким образом, способствует созданию «коммуникативных сигналов», позитивно воспринимаемых потребителями новостной информации. Перспективность исследования мы видим в дальнейшем изучении названий новостных каналов на других платформах, в мессенджерах и социальных сетях.

Литература

1. Алимуратов О.А. Коммуникативные стратегии и тактики троллей агрессоров в интернет опосредованной коммуникации периода пандемии COVID [Текст] / О.А. Алимуратов, О.Ю. Гугосьянц, З.У. Хакиева // Научный диалог. — 2022. — Т. 11. — № 7. — С. 175–196.
2. Антонникова А.С. Трактовки феноменов «поликодовый текст» и «мультимодальный текст» в работах зарубежных и отечественных исследователей [Текст] / А.С. Антонни-

кова // Журнал филологических исследований. — 2023. — Т. 8. — № 2. — С. 76–81.

3. Березович Е.Л. Русская топонимика в этнолингвистическом аспекте: Мифопоэтический образ пространства [Текст] / Е.Л. Березович. — М.: ЛЕНАНД, 2020. — 238 с.
4. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации [Текст]: монография / И.Н. Горелов. — М., 2025. — 112 с.
5. Евграфова Ю.А. Симулякр в гетерогенном экранном тексте [Текст] / Ю.А. Евграфова // Вестник Северного (Арктиче-

- ского) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — 2020. — № 4. — С. 74–85.
6. Захаров Р.И. Лингвосемиотические механизмы формирования манипулятивного потенциала поликодовой номинации в рекламном дискурсе [Текст] / Р.И. Захаров // Научный диалог. — 2023. — Т. 12. — № 9. — С. 162–183.
 7. Кошлякова М.О. Коммуникативный имидж [Текст] / М.О. Кошлякова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2012. — № 1. — С. 48–52.
 8. Левит А.А. Особенности соотношения вербальной и невербальной составляющих в поликодовых текстах [Текст] / А.А. Левит // Российский лингвистический бюллетень. — 2023. — № 8. — С. 1–5.
 9. Лузина Л.Г. Вербальные и невербальные средства воздействия в рекламе [Текст] / Л.Г. Лузина // Рекламная коммуникация: лингвокультурный аспект / Сборник статей «Теория и история языкознания». — М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2011. — С. 41–71.
 10. Метасловарь. — URL: <https://gramota.ru/poisk?query=первый&mode=all>
 11. Мичурин Д.С. Прецедентный поликодовый текст в вербально-изобразительной коммуникации интернет-сообществ (на материале русскоязычных имидж-форумов) [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / Д.С. Мичурин. — Тверь, 2014. — 162 с.
 12. Нестерова Т.В. Скрытые смыслы в поликодовых текстах [Текст] / Т.В. Нестерова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2018. — Т. 7. — № 4. — С. 38–45.
 13. Новоспасская Н.В. Терминосистема теории поликодовых текстов [Текст] / Н.В. Новоспасская, Н.М. Дугалич // Русистика. 2022. — № 3. — С. 298–311.
 14. Пойманова О.В. Семантическое пространство видеoverбального текста [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / О.В. Пойманова. — М., 1997. — 237 с.
 15. Сабадин Сантос Т. Медина Ж.П. Смешанные тексты: креолизованный vs поликодовый vs мультимодальный [Текст] / Т. Медина Ж.П. Сабадин Сантос // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2022. — Т. 15. — Вып. 6. — С. 2017–2023.
 16. Сонин А.Г. Эволюция поликодовых текстов: от воздействия к взаимодействию [Текст] / А.Г. Сонин, Д.С. Мичурин // Вопросы психолингвистики. — 2012. — С. 164–173.
 17. Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция [Текст] / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. — М.: Наука, 1990. — С. 180–186.
 18. Цзоу Х. Теоретические аспекты изучения поликодового текста в современном языкознании [Текст] / Х. Цзоу // Филология. Вопросы теории и практики. — 2020. — Т. 13. — Вып. 1. — С. 295–298.
 19. Шуйская Ю.В. Лингвистические особенности дискурса телеграм-каналов как нового типа медиа [Текст] / Ю.В. Шуйская // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6. Языкознание. Реферативный журнал. — 2023. — № 3. — С. 45–57.

References

1. Alimuradov O.A., Gugos'yants O.Yu., Khakieva Z.U. Kommunikativnye strategii i taktiki trollej agressorov v internet oposredovannoy kommunikatsii perioda pandemii COVID // Nauchnyy dialog. 2022. T. 11. No. 7. S. 175–196.
2. Antonnikova A.S. Traktovki fenomenov «polikodovyy tekst» i «mul'timodal'nyy tekst» v rabotah zarubezhnykh i otechestvennykh issledovatelej / Zhurnal filologicheskikh issledovaniy. 2023. T. 8. № 2, S. 76–81.
3. Berezovich E.L. Russkaya toponimika v etnolingvisticheskom aspekte: Mifopoeticheskij obraz prostranstva. M.: LENAND, 2020. 238 s.
4. Gorelov I.N. Neverbal'nye komponenty kommunikatsii: monografiya. M., 2025. 112 s.
5. Evgrafova Yu.A. Simulyakr v geterogennom ehkrannom tekste // Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki. 2020. No. 4. S. 74–85.
5. Zakharov R.I. Lingvosemioticheskie mehanizmy formirovaniya manipulyativnogo potentsiala polikodovoy nominatsii v reklamnom diskurse // Nauchnyy dialog. 2023. T. 12. No. 9. S. 162–183.
6. Koshlyakova M. O. Kommunikativnyy imidzh // Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika. 2012. No. 1. S. 48–52.
7. Levit A.A. Osobennosti sootnosheniya verbal'noj i neverbal'noj sostavlyayushchikh v polikodovykh tekstakh // Rossijskij lingvisticheskij byulleten'. 2023. No. 8. S. 1–5.
8. Luzina, L. G. Verbal'nye i neverbal'nye sredstva vozdeystviya v reklame // Reklamnaya kommunikatsiya: lingvokul'turnyy aspekt / Sbornik statej «Teoriya i istoriya yazykoznanija». M.: Institut nauchnoj informatsii po obshchestvennym naukam RAN. 2011. S. 41–71.
9. Metaslovar'. URL: <https://gramota.ru/poisk?query=pervyy&mode=all>
10. Michurin D.S. Pretsedentnyy polikodovyy tekst v verbal'no-izobrazitel'noj kommunikatsii internet-soobshchestv (na materiale russkoyazychnykh imidzh-forumov): diss. ... kand. filol. nauk. Tver', 2014. 162 s.
11. Nesterova, T.V. Skrytye smysly v polikodovykh tekstakh // Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika. T. 7. No. 4. 2018. S. 38–45.
12. Novospasskaya N.V., Dugalich N.M. Terminosistema teorii polikodovykh tekstov / Rusistika. 2022. № 3. S. 298–311.
13. Pojmanova O.V. Semanticheskoe prostranstvo videoverbal'nogo teksta: diss. ... kand. filol. nauk. M., 1997. 237 s.
14. Sabadin Santos T. Medina Zh.P. Smeshannyye teksty: kreolizovannyj vs polikodovyy vs mul'timodal'nyj // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2022. T. 15. Vyp. 6. S. 2017–2023.
15. Sonin A.G., Michurin D.S. Ehvolyutsiya polikodovykh tekstov: ot vozdeystviya k vzaimodeystviyu // Voprosy psikholingvistiki. 2012. № 3. S. 164–173.
16. Sorokin Yu.A., Tarasov E.F. Kreolizovannyye teksty i ikh kommunikativnaya funktsiya // Optimizatsiya rechevogo vozdeystviya. M.: Nauka, 1990. S. 180–186.
17. Czou H. Teoreticheskie aspekty izucheniya polikodovogo teksta v sovremennom yazykoznanii // Filologiya. Voprosy teorii i praktiki. 2020. T. 13. Vyp. 1. S. 295–298.
18. Shujskaya Yu.V. Lingvisticheskie osobennosti diskursa telegramkanalov kak novogo tipa media // Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Ser. 6. Yazykoznanie. Referativnyy zhurnal. 2023. No. 3. S. 45–57.