

Litera

Правильная ссылка на статью:

Пищерская Е.Н. — Креолизованный текст как объект изучения в лингвистике // Litera. – 2023. – № 5. DOI: 10.25136/2409-8698.2023.5.40748 EDN: ZHCUAD URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=40748](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=40748)

## Креолизованный текст как объект изучения в лингвистике

Пищерская Елена Николаевна

кандидат филологических наук

доцент, Читинский институт Байкальского государственного университета

672000, Россия, Забайкальский край, г. Чита, ул. Анохина, 56, ауд. 47

✉ kishana@inbox.ru



[Статья из рубрики "Лингвистика"](#)

### DOI:

10.25136/2409-8698.2023.5.40748

### EDN:

ZHCUAD

### Дата направления статьи в редакцию:

10-05-2023

### Дата публикации:

17-05-2023

**Аннотация:** Лингвистика как наука постоянно развивается и расширяет свои границы, включая в свою компетенцию все новые объекты исследования. Одним из таких объектов является креолизованный текст, который представляет собой особый вид коммуникативного феномена, состоящего из знаков разных семиотических систем. Креолизованный текст активно используется в различных сферах общественной жизни, в том числе в рекламе, СМИ, искусстве, образовании и т.д. Статья посвящена креолизованному тексту как объекту изучения в лингвистике. Объектом исследования в этой статье является креолизованный текст. Целью данной статьи является рассмотрение креолизованного текста как объекта изучения в лингвистике посредством анализа опубликованных исследований. Методологической основой и материалом исследования послужили классические труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам теории текста, паралингвистики, семиотики, коммуникативной лингвистики и лингвокультурологии, а также исследования последних лет, объектом изучения которых стали креолизованные или поликодовые тексты. Автор определяет понятие креолизованного текста, выделяет специфические характеристики креолизованного текста по сравнению с однокодовым текстом, описывает основные научные подходы к анализу креолизованного текста и методы исследования. В статье представлен обзор

классических научных работ, посвященных анализу креолизованного текста, а также исследований, опубликованных в последние годы. Автор делает вывод о том, что креолизованный текст представляет собой сложный и многогранный объект изучения в лингвистике, который отражает тенденции развития современного общества и культуры и позволяет расширить границы лингвистического знания и понимания языка как средства коммуникации.

**Ключевые слова:**

креолизованный текст, поликодовый текст, вербальный код, невербальный код, структура текста, семиотика, реклама, дискурс, креолизация, мультимодальность

Текст является основным средством передачи информации и знаний в человеческом обществе. Однако текст не всегда состоит только из слов. В современном мире все чаще встречаются тексты, которые сочетают в себе разные знаковые системы: языковые и неязыковые, вербальные и невербальные, аудио- и визуальные. Такие тексты называются креолизованными, поскольку они представляют собой результат креолизации — процесса смешения и интеграции разнородных кодов в единое целое. Креолизованные тексты широко распространены в разных сферах общественной жизни: рекламе, СМИ, интернет-коммуникации, искусстве, образовании и т.д. Они обладают особыми свойствами и функциями, которые требуют комплексного лингвистического анализа.

В современном мире все большую роль играют тексты, которые не ограничиваются одним естественным языком, а сочетают в себе различные знаковые системы: вербальную и невербальную, лингвистическую и экстралингвистическую, аудио- и визуальную. Такие тексты называются креолизованными, поскольку они представляют собой результат креолизации — процесса смешения и интеграции разнородных кодов в единое целое. Креолизованные тексты широко распространены в разных сферах общественной жизни, они обладают особыми свойствами и функциями, которые требуют комплексного лингвистического анализа.

Примеры креолизованных текстов можно найти в разных сферах искусства и коммуникации:

- Тексты рекламы, комиксы, афиши, плакаты, мемы, эмодзи, которые сочетают слова и изображения для привлечения внимания и усиления эмоционального воздействия или самовыражения.
- Логотипы, плакаты, листовки, баннеры, в которых используются слова и изображения для создания идентичности, узнаваемости или продвижения бренда.
- Карты, диаграммы, табло, графы, в которых используются слова и символы для представления пространственной, числовой или логической информации.
- Фильмы, видеоролики, анимация, в которых используются слова, звуки и изображения для создания повествований, эмоций или эффектов.
- Балет, где музыка и танец создают синкретическое произведение, передающее сюжет и характеры персонажей.

Термин *креолизованный текст* не является единственным для обозначения данного

явления. В лингвистике также используются другие термины, такие как *синкетический текст* [41], *поликодовый текст* [5, 16, 19, 26, 40], *лингвовизуальный комплекс* [9], *видеоверbalный текст* [30], *семиотически осложненный текст* [8, 31], *иконотекст* [13], *мультимодальный текст* [16] и др. Эти термины подчеркивают разные аспекты креолизованного текста, такие как сочетание разных знаковых систем, наличие нескольких кодов выражения, взаимодействие верbalного и визуального компонентов, усиление коммуникативного эффекта за счет дополнительных средств и т.д.

Одним из первых исследователей текста, состоящего из нескольких знаковых систем, был французский семиотик Ролан Барт. Он размышлял о природе знака, его идеологическом наполнении, взаимосвязи означаемого и означающего, денотативных и коннотативных сообщениях. Р. Барт утверждал, что социально обусловленные коннотативные смыслы вторичных знаковых систем (изображения, звуки, видео и т.д.) несут мощный идеологизированный посыл, дополняя или изменяя денотативное значение, выраженные посредством естественного языка [4].

Термин *креолизованный текст* был введен Ю. А. Сорокиным и Е. Ф. Тарасовым, которые определили его как текст, ««фактура которого состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой или речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [36]. Этот термин получил широкое распространение в трудах исследователей, его используют в своих работах М. Б. Ворошилова, Е. Е. Анисимова, Б. Л. Бойко, И. В. Вашунина, А. А. Нистратов, Е. А. Елина Д. П. Чигаев, М. Г. Швецова, Л. В. Дубовицкая, М. Ю. Подлевских, А. А. Якубовская и многие другие.

Креолизованный текст имеет ряд специфических характеристик, которые отличают его от однокодового текста. Во-первых, креолизованный текст имеет более сложную структуру, которая состоит из двух или более подструктур: вербальной и невербальной. Каждая подструктура имеет свои правила организации и связности, которые могут согласовываться или конфликтовать друг с другом.

Во-вторых, креолизованный текст имеет более высокий коммуникативный потенциал поскольку он может передавать больше информации за меньшее время и пространство, а также использовать разные каналы передачи информации.

В-третьих, креолизованный текст имеет более сложную семиотику, поскольку он основан на разных типах знаков: иконических, индексальных и символических. Иконические знаки имитируют объекты (например, фотографии, рисунки, диаграммы), индексальные знаки указывают на объекты (например, указатели, стрелки, цветовые сигналы), символические знаки обозначают объекты по соглашению (например, слова, цифры, буквы) [28]. Креолизованный текст использует все эти типы знаков в разной степени и комбинации, что создает многоуровневую систему значений и интерпретаций.

В-четвертых, креолизованный текст имеет более разнообразные функции, которые зависят от целей и задач коммуникаторов и адресатов. Креолизованный текст может выполнять информативную, познавательную, рекламную, художественную, развлекательную и другие функции. Он может также сочетать в себе несколько функций одновременно, что повышает его коммуникативную ценность и привлекательность [35].

В-пятых, креолизованный текст имеет более высокие требования к компетенции коммуникаторов и адресатов. Для создания и восприятия креолизованного текста

необходимо владеть не только языковой компетенцией (знанием лексики, грамматики и стилистики языка), но и паралингвистической компетенцией (знанием невербальных кодов и их соотношения с вербальными), а также лингвокультурологической компетенцией (знанием культурных особенностей коммуникантов и контекста общения) [37].

Для изучения креолизованных текстов ученые используют различные методы и приемы анализа, такие как структурно-системный подход, функциональный подход, семиотический подход и др.

Структурно-системный подход предполагает выделение и описание различных структурных уровней креолизованного текста: верbalного, невербального и музыкально-звукового (в случае аудиовизуальных текстов). На каждом уровне анализируются такие элементы, какие лексические, грамматические, синтаксические, стилистические средства используются в вербальном компоненте; какие графические, иконические, аудиовизуальные средства используются в невербальном компоненте; какие музыкальные и звуковые средства используются в музыкально-звуковом компоненте. Также анализируется взаимосвязь между разными уровнями и их роль в создании смысла креолизованного текста [1, 3, 9-12, 18, 22, 23, 29, 30, 46, 52].

Функциональный подход предполагает выделение и описание различных функций креолизованного текста: информативной, эмотивной, экспрессивной, прагматической и др. На каждом уровне анализируется, какие средства используются для реализации той или иной функции и какой эффект они производят на адресата. В рамках данного подхода часто применяется метод стратегического анализа, который изучает взаимодействие и корреляцию между вербальной и невербальной составляющими креолизованного текста при реализации коммуникативных стратегий. [2, 11, 29].

Семиотический подход предполагает выделение и описание различных знаковых систем, которые участвуют в создании креолизованного текста: естественного языка, графики, изображения, музыки и т.д. На каждом уровне анализируется, какие знаки используются для кодирования и декодирования информации и как они соотносятся с другими знаками в рамках одной или разных систем, каковы их смыслы и функции [11].

Когнитивный подход к анализу креолизованных текстов — это подход, который основывается на изучении ментальных процессов и репрезентаций, протекающих при восприятии и понимании текстов, состоящих из разных кодов (например, вербального и изобразительного). Здесь часто применим метод семантического дифференциала, который позволяет измерять эмоциональное воздействие и восприятие креолизованных текстов по разным параметрам [27, 45].

Рассмотрим основные тематики научных работ последних лет, объектом исследования в которых выступает креолизованный текст.

Поскольку в научной среде до сих пор нет единого мнения по вопросу корректного наименования текстов, состоящих из элементов нескольких знаковых систем, ряд работ посвящен терминологическим вопросам. Так, в своей работе о терминосистеме теории поликодовых текстов Н. В. Новоспасская и Н. М. Дугалич проходят к выводу, что термин **поликодовый** текст точнее передает специфику обозначаемого им понятия, а также высказывают мнение о том, что назрела необходимость в создании словаря и уточнения терминов, удовлетворяющих современному уровню понимания поликодового текста [26]. Содержание понятий **поликодовость** и **креолизация** при описании рекламных текстов

описывает и Д. С. Шикина, называя рекламный текст поликодовым, описывая при этом степень его креолизации [40]. Отметим, что в данной работе термины креолизованный и поликодовый текст употреблены как синонимичные.

Н. Э. Горшкова и В. Е. Чернявская исследуют визуальную интертекстуальность в контексте лингвистики текста и дискурса и приходят к выводу, что «вербальный и визуальный семиотический ресурсы создают глубинную связность в структуре текста, не сводимую к механическому сложению языковых и визуальных знаков (к двойному кодированию)» [16].

Существенная часть исследователей подходит к изучению креолизованных текстов с позиций психолингвистики, изучая ментальные процессы и репрезентации, протекающие при восприятии и понимании подобных текстов, уделяя при этом особое внимание роли невербальных компонентов в смысловом восприятии текста и их взаимодействию с вербальными компонентами [10, 25, 44, 46].

В ряде работ креолизованный текст рассматривается как инструмент формирования определенных компетенций в образовательном процессе. В работе Т. Ф. Грищенковой и Е. А. Ивановой [17] рекламный текст как вид креолизованного текста рассматривается как инструмент обучения креативному мышлению и развития навыка креативного высказывания, О. А. Селеменева описывает методику работы с креолизованными текстами печатной рекламы при обучении креативному письму [33]. О. А. Жарина, А. А. Гичева, А. А. Якубовская, Н. С. Оприщ изучают поликодовый текст как средство формирования лингвистической компетенции [21, 43, 50].

Взаимосвязь между верbalным и невербальным компонентами креолизованного текста и влияние этой взаимосвязи на восприятие реципиентом предметов искусства освещено в работах Д. А. Удода [37], В. С. Косенко [22]. Поликодовый текст кино или кинотекст стал объектом научного осмысления в работах М. Б. Ворошиловой [15], П. Ю. Богдановской [6], Е. С. Яковлевой и И. В. Игнатовой [42] и многих других.

Существенное внимание исследователей креолизованных текстов удалено проблемам их перевода. Н. В. Щурик, Т. В. Тюрнева и др. отмечают высокую степень влияния социального контекста и необходимость тщательного прагматического анализа креолизованных текстов в сфере информационных технологий в процессе перевода [51].

Исследования, посвященные поликодовым текстам в интернет-коммуникации, рассматривают их как средство самовыражения личности в виртуальном пространстве [32], инструмент создания языковой игры [52].

Особенности креолизованного текста рассматриваются и в контексте общественно-политического дискурса как средства репрезентации лингвокультурного типажа [24], инструмент привлечения внимания и создания комического эффекта в политической карикатуре [45]. И. В. Вашунина исследует логотип вуза как креолизованный текст [12]. Немало работ посвящено методике анализа креолизованного текста в судебной экспертизе и юрислингвистике [34].

Одним из наиболее популярных материалов для исследования креолизованных текстов является текст рекламы [17, 20, 23, 25, 29, 33, 39, 40, 46-51]. В этой области существует множество работ, в центре внимания которых разные аспекты создания и

функционирования креолизованных рекламных текстов.

Исследователи в процессе лингвистического анализа креолизованного текста рекламы могут столкнуться с проблемами идентификации, классификации и интерпретации разных языковых элементов в тексте, а также они могут быть подвержены субъективности или вариативности оценок и выводов. Поэтому лингвистический анализ креолизованного текста рекламы требует учитывать множество факторов, таких как социокультурный, экономический и юридический контекст текста, специфика жанра и средства распространения рекламы, характеристики и ожидания целевой аудитории, цели и стратегии коммуникации.

Примеры лингвистического анализа креолизованного текста рекламы можно найти во многих обзорах и исследованиях. Например, в работе [\[49\]](#) Н. С. Оприщ исследует функционирование креолизованного текста англоязычной социальной рекламы на тему пандемии covid-19 и приходит к выводу о слабой креолизации таких текстов.

М. Г. Швецова, М. Ю. Подлевских отмечают, что «в современной межкультурной коммуникации возрастает роль рекламных текстов, в которых вербальный компонент в сочетании с иконическим имеет тенденцию к воспроизведению картины мира, эстетических и нравственных ориентиров общества, к отражению самосознания нации» [\[39\]](#).

А. В. Анненкова, С. В. Лебедева провели экспериментальное исследование, доказав, что на субъективное восприятие креолизованного текста рекламы влияют не только лингвистические характеристики, но и большое количество экстралингвистических факторов, таких как возраст, принадлежность к социальной группе, личный опыт [\[44\]](#).

Результаты лингвистического анализа креолизованного текста рекламы могут быть полезными для разных целей и задач. Например, они могут помочь создателям рекламы улучшить качество, оригинальность и адекватность своих текстов, а также избежать ошибок, недоразумений или конфликтов. Они также могут помочь потребителям рекламы лучше понять, интерпретировать и оценивать рекламные сообщения, а также развивать свои языковые и культурные компетенции. Они также могут помочь исследователям рекламы расширить свои знания и понимание языковых и коммуникативных особенностей и функций рекламы в современном мире.

Таким образом, креолизованный текст представляет собой сложный и многогранный объект изучения во многих областях знаний, в т.ч. в лингвистике. Он отличается от однокодового текста более сложной структурой, высоким потенциалом коммуникативной эффективности, более разнообразными функциями и высокими требованиями к компетенции коммуникаторов и адресатов. Креолизованный текст отражает тенденции развития современного общества и культуры, которые характеризуются глобализацией, медиатизацией, интерактивностью и мультимодальностью. Изучение креолизованного текста позволяет расширить границы лингвистического знания и понимания языка как средства коммуникации.

## Библиография

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М.: Академия, 2003.
2. Балакина И. А. Лингвокультурный типаж в англоязычном креолизованном тексте как инструмент реализации стратегии дискредитации в политическом дискурсе / И.

- А. Балакина, Ю. В. Кузина // Политическая лингвистика. 2023. № 2(98). С. 38-47.
3. Барова А.Г. Особенности перевода креолизованных немецкоязычных текстов (на материале немецких молодёжно-сатирических онлайн-журналов "Eulenspiegel" и "Titanic") // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. №(4). С. 18-27.
4. Барт Р. Нулевая степень письма // Семиотика. —М.: Академический проект, 2008.
5. Бернацкая А.А. Креолизованные тексты: проблемы теории и практики // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2009. № 14 (597). С. 104-113.
6. Богдановская П. Ю. Кинотекст как особый вид креолизованного текста // Международный студенческий научный вестник. 2016. № 1. С. 14.
7. Бойко Б. Л. Тексты воинских уставов и наставлений как креолизованные тексты // Научно-методический бюллетень Военного университета МО РФ. 2022. № 2(18). С. 57-65.
8. Большикова Л. С. О содержании понятия "поликодовый текст" // Вестник Новгородского государственного университета. 2008. № 49. С. 48-51.
9. Большиянова Л. М. Внешняя организация газетного текста поликодового характера // Типы коммуникации и содержательный аспект языка. М., 1987. С. 50–56.
10. Вашунина И. В. Креолизация иноязычного текста как способ изменения его восприятия // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. № 7(862). С. 25-30. – DOI 10.52070/2542-2197\_2022\_7\_862\_25. – EDN WCXCXO.
11. Вашунина И. В. Креолизованный текст: обзор экспериментальных исследований / И. В. Вашунина, А. А. Нистратов // Вопросы психолингвистики. 2020. № 2(44). С. 28-39. DOI 10.30982/2077-5911-2020-44-2-28-39.
12. Вашунина И. В. Логотип вуза как креолизованный текст // Организационная психолингвистика. 2020. № 4(12). С. 49-70.
13. Волоскович А. М. Иконотекст как разновидность полимодальной гибридизации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2011. № 611. С. 25-35.
14. Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению: моногр. / М.Б. Ворошилова; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2013. 194 с.
15. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: кинотекст // Политическая лингвистика.- Выпуск (2) 22. Екатеринбург, 2007. С. 106-110.
16. Горшкова Н. Э. Визуальная интертекстуальность как способ смыслопорождения / Н. Э. Горшкова, В. Е. Чернявская // Коммуникативные исследования. 2021. Т. 8, № 4. С. 689-700. – DOI 10.24147/2413-6182.2021.8(4).689-700.
17. Грищенкова Т. Ф. Рекламный текст как вид креолизованного текста в обучении креативному мышлению / Т. Ф. Грищенкова, Е. А. Иванова // Современное педагогическое образование. 2018. № 5. С. 92-97.
18. Дубовицкая Л. В. Феномен креолизованного текста (на материале креолизованных текстов письменной коммуникации) : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.19 / Дубовицкая Любовь Владимировна; [Место защиты: Моск. гос. обл. ун-т].-Москва, 2013.
19. Ейгер Г.В., Юхт В.Л. Текст: структура и свойства // Текст: структура и свойства / Под ред. Г.В. Ейгера. М.: Наука, 1974. С. 107-124.
20. Елина Е. А. Семиотика рекламы / Е. А. Елина. – 2-е издание, стереотипное. –

- Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016. – 136 с.
21. Жарина О. А. Креолизованные тексты как средство формирования лингвистической компетенции у студентов неязыковых специальностей / О. А. Жарина, А. А. Гичева // Научно-методический электронный журнал "Концепт". 2022. № 5. С. 62-73. DOI 10.24412/2304-120X-2022-11034.
22. Косенко В. С. Исследование влияния изображения и вербального текста на восприятие креолизованного текста (экспериментальное исследование) / В. С. Косенко // Полилингвальность и транскультурные практики. 2019. Т. 16, № 3. С. 310-321. DOI 10.22363/2618-897X-2019-16-3-310-321.
23. Креолизованный текст: Смыслоное восприятие. Коллективная монография / Отв. ред. И.В. Вашунина. Ред. колл.: Е.Ф. Тарасов, А.А. Нистратов, М.О. Матвеев. – М.: Институт языкоznания РАН, 2020.
24. Кузина Ю. В. Репрезентация лингвокультурного типажа в политическом креолизованном тексте / Ю. В. Кузина // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики. 2017. № 1. С. 102-107.
25. Моисеева И. Ю. Психолингвистические особенности восприятия креолизованных текстов (на примере рекламного текста) / И. Ю. Моисеева, Э. П. Аргунеев // Филологические чтения : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2022. С. 38-43.
26. Новоспасская Н. В. Терминосистема теории поликодовых текстов / Н. В. Новоспасская, Н. М. Дугалич // Русистика. 2022. Т. 20, № 3. С. 298-311. DOI 10.22363/2618-8163-2022-20-3-298-311.
27. Петрова А. В. Когнитивно-дискурсивная методика анализа американского креолизованного текста / А. В. Петрова, М. В. Петров, Е. В. Шустрова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 4. С. 75-86. DOI 10.17308/lic.2020.4/3082.
28. Пирс Ч.С. Избранные философские произведения / Перевод с английского под ред. Русанова А.Ю., М.: Логос, 2000.
29. Пицкерская Е. Н. Стратегический потенциал текста баннерной рекламы : специальность 10.02.19 "Теория языка" : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Иркутск, 2011. 198 с.
30. Пойманова О.В. Семантическое пространство видеоверbalного текста: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / О.В. Пойманова. Москва, 1995. 254 с.
31. Протченко А. В. Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя : специальность 10.02.04 "Германские языки" : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Самара, 2006. 229 с.
32. Сайдова З. Э. Феномен креолизации текста в сетевом дискурсе / З. Э. Сайдова. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2016. № 10 (114). С. 1490-1493.
33. Селеменева О. А. Методика работы с креолизованными текстами печатной рекламы на занятиях по дисциплине "Практикум по креативному письму" // Преподаватель ХХI век. – 2020. № 2-1. С. 117-128. DOI 10.31862/2073-9613-2020-2-117-128.
34. Современное состояние разработок в области методики судебно-лингвистического анализа поликодовых текстов: "Друзья, меняйте методичку" / А. В. Горбачева, А. А. Берлин Хенис, А. Н. Пучкова, М. А. Осадчий // Семиотико-семасиологическое измерение политического дискурса : Коллективная монография. – Москва :

- Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2021. С. 274-292.
35. Соколова Н.А. Функции креолизованных текстов в современном обществе // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2017. № 48. С. 176-189.
36. Сорокин Ю. А., Тараков Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. — М.: Высшая школа, 1990.
37. Удод Д. А. Функционирование лексических средств художественной выразительности в креолизованном тексте (на примере буклета музыкального альбома) // Верхневолжский филологический вестник. 2017. № 1. С. 82-84.
38. Чигаев Д. П. Способы креолизации современного рекламного текста : специальность 10.02.01 "Русский язык" : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Чигаев Денис Петрович. Москва, 2010. 223 с.
39. Швецова М. Г. Рекламный текст как один из видов креолизованных текстов / М. Г. Швецова, М. Ю. Подлевских // Альманах мировой науки. 2016. № 5-1(8). С. 137-142.
40. Шикина Д.С. О терминах «поликодовость» и «креолизация» в описании рекламного текста глянцевых журналов. Вестник Московского государственного областного университета. 2018. №(2). С. 351-363. <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2018-2-883>
41. Якобсон Р.О. Лингвистика и поэтика// Избранные работы по лингвистике и поэтике. М.: Прогресс, 1987.
42. Яковлева Е. С. "Кинотекст" как особая разновидность креолизованного текста / Е. С. Яковлева, И. В. Игнатова // Наука среди нас. 2017. № 3(3). С. 190-197.
43. Якубовская А. А. Отбор креолизованных текстов с целью формирования иноязычной речевой компетенции студентов-бакалавров, обучающихся по направлению "архитектура" // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 9-3(63). С. 213-218.
44. Annenkova A. V. Psycholinguistic Research of Creolized Advertising Texts: Age Factor / A. V. Annenkova, S. V. Lebedeva // Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities and Social Sciences (CILDIAH-2018), Volgograd, 23–28 апреля 2018 года. Volgograd: EDP Sciences, 2018. P. 01027. DOI 10.1051/shsconf/20185001027.
45. Devyatko M. I. Methods applied for analysis of creolized texts // Pedagogical Education in Russia. 2016. No. 4. P. 31-34. DOI 10.26170/po16-04-06.
46. El-Dali Hosni. (2019). The Language of Consumer Advertising: Linguistic and Psychological Perspectives. Studies in Linguistics and Literature. 3. 95. 10.22158/sll.v3n2p95
47. Ghedeir Brahim Mohammed. (2022). The Linguistic Features of Advertising English. Society and Sports Journal. Vol. 5, Issue 1. Pp.545-553
48. Lenkova, T. (2019). Three Steps To Understanding The Creolized Text. In N. I. Almazova, A. V. Rubtsova, & D. S. Bylieva (Eds.), Professional Culture of the Specialist of the Future, vol 73. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (pp. 517-523). Future Academy. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.12.55>
49. Oprishch, N. S. (2020) Functioning of English Language Social Advertising Creolized Texts. Russian Linguistic Bulletin, No. 2(22), pp. 41-44. DOI 10.18454/RULB.2020.22.2.20.
50. Oprishch N. S. Teaching English by means of advertising creolized texts / N. S. Oprishch, O. Ogareva // Inted2020 14th international technology, education and development conference : Conference proceedings. – Valencia: IATED, 2020. – P. 8014-8018.

51. Schurik N., Tyurneva T., Nevolina K., Podkamennaya E., & Fetisova S. (2019). Difficulties In Translating Creolized Advertising Text in The Field of Electronic Entertainment // Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism, vol 76. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (pp. 948-953). <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.12.04.126>
52. Shuraeva A. S. Wordplay in English comic creolized text (on the example of Internet memes) / A. S. Shuraeva, Yu. V. Kuzina // Languages in professional communication, 2019, pp. 197-202.

## **Результаты процедуры рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

Представленная на рассмотрение статья «Креолизованный текст как объект изучения в лингвистике», предлагаемая к публикации в журнале «Litera», несомненно, является актуальной, ввиду рассмотрения понятия креолизации, а именно изучения текстов, которые сочетают в себе разные знаковые системы: языковые и неязыковые. Креолизованные тексты широко распространены в разных сферах общественной жизни, они обладают особыми свойствами и функциями, которые требуют комплексного лингвистического анализа. Данный феномен изучается на протяжение последних десятилетий в языкознании, однако существую неисследованные лакуны.

Статья является новаторской, одной из первых в российской науке, посвященной исследованию подобной проблематики.

В работе автор пытается систематизировать различные научные точки зрения на исследуемую проблему как в российском, существующих так и зарубежном языкознании, а также провести классификацию креолизованных текстов.

В статье представлена методология исследования, выбор которой вполне адекватен целям и задачам работы. Автор обращается, в том числе, к различным методам для подтверждения выдвинутой гипотезы. Используются следующие методы исследования: структурно-системный подход, функциональный подход, семиотический подход и др.

Данная работа выполнена профессионально, с соблюдением основных канонов научного исследования. Исследование выполнено в русле современных научных подходов, работа состоит из введения, содержащего постановку проблемы, основной части, традиционно начинающуюся с обзора теоретических источников и научных направлений, исследовательскую и заключительную, в которой представлены выводы, полученные автором. К недостаткам работы можно отнести отсутствие практического языкового материала исследования, которым можно было бы проиллюстрировать выдвигаемые положения, а также статистических данных о распространенности того или иного типа креолизованного текста в русском или зарубежном дискурсе.

Библиография статьи насчитывает 52 источника, среди которых представлены научные труды как на русском, так и на иностранных языках. В библиографическом списке присутствуют фундаментальные работы, такие как монографии, кандидатские и докторские диссертации. Считаем, что список использованной литературы достаточен и авторитетен.

Автор также обращается к традициям отечественной научной школы. В общем и целом, следует отметить, что статья написана простым, понятным для читателя языком. Опечатки, орфографические и синтаксические ошибки, неточности в тексте работы не обнаружены. Высказанные замечания не являются существенными и не умаляют общее

положительное впечатление от рецензируемой работы. Работа является новаторской, представляющей авторское видение решения рассматриваемого вопроса и может иметь логическое продолжение в дальнейших исследованиях. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в процессе преподавания вузовских курсов по стилистике и теории языка. Статья, несомненно, будет полезна широкому кругу лиц, филологам, магистрантам и аспирантам профильных вузов. Статья «Креолизованный текст как объект изучения в лингвистике» может быть рекомендована к публикации в научном журнале.