

## ПИТАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ, ТЕОРІЇ ТА ІСТОРІЇ КУЛЬТУРИ

УДК 398 (477):008

*Денисюк Жанна Захарівна,*  
кандидат культурології, начальник відділу  
наукової та редакційно-видавничої діяльності  
Національної академії керівних кадрів  
культури і мистецтв  
ORCID: 0000-0003-0833-2993  
jannet\_d7@ukr.net

### ПОСТФОЛЬКЛОРНІ КРЕОЛІЗОВАНІ ТВОРИ У ВИМІРІ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

*Метою роботи є вивчення особливостей побудови креолізованих постфольклорних творів інтернет-простору в загальному вимірі розвитку візуальної культури цього середовища. **Методологія** дослідження полягає в застосуванні аналітичного, культурологічного та семіотичного методів у вивченні структури та принципів функціонування таких поширених жанрів креолізованих текстів постфольклору, як демотиватор, мем, колажні картинки-«фотожаби». **Наукова новизна** роботи полягає в тому, що вперше на основі виявлення семіотичних особливостей креолізованих текстів досліджено популярні жанри постфольклору, які формуються в контексті візуальної культури інтернет-середовища за допомогою цифрового інструментарію. **Висновки.** В результаті дослідження виявлено, що постфольклорні креолізовані твори являють собою полікодові тексти із складною структурою та різними знаково-символічними системами – вербальною та візуальною, які в результаті становлять цілісно інтерпретований сенс твору на основі сприйняття конотату та денотату. Опосередковуючись та функціонуючи в інтернет-мережі, такі креолізовані твори постфольклору, як демотиватори, мему, колажні картинки-«фотожаби» вбирають в себе технологічний цифровий інструментарій творення та такі загальні характеристики інтернет-текстів, як гіпертекстуальність, інтертекстуальність, а також фонові знання та прецедентність застосовуваної інформації. За своїм змістовим наповненням ці креолізовані твори є відображенням постфольклорної творчості користувачів інтернету, яка обумовлюється постфольклорною свідомістю. Остання має на меті осмислення об'єктивної актуальної інформації, що відображає поточні ціннісно-світоглядні засади відповідного соціуму та особливості його соціокультурного простору.*

Ключові слова: *постфольклор, креолізований твір, семіотично-знакові системи, мему, демотиватори, колажні картинки-«фотожаби».*

*Денисюк Жанна Захарівна, кандидат культурології, начальник отдела научной и редакционно-издательской деятельности Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств*

**Постфольклорные креолізованые произведения в измерении визуальной интернет-коммуникации**

*Целью работы является изучение особенностей построения креолізованных постфольклорных произведений интернет-пространства в общем измерении развития визуаль-*

ной культуры этой среды. **Методология исследования** заключается в применении аналитического, культурологического и семиотического методов в изучении структуры и принципов функционирования таких распространенных жанров креолизованных произведений постфольклора, как демотиватор, мэм, коллажные картинки-«фотожабы». **Научная новизна** работы заключается в том, что впервые на основе выявления семиотических особенностей креолизованных текстов исследованы популярные жанры постфольклора, которые формируются в контексте визуальной культуры интернет-среды с помощью цифрового инструментария. **Выводы.** В результате исследования выявлено, что постфольклорные креолизованные произведения представляют собой поликодовые тексты со сложной структурой и различными знаково-символическими системами – вербальной и визуальной, которые в результате составляют целостно интерпретированный смысл произведения на основе восприятия конотата и денотата. Опосредствуясь и функционируя в интернет-сети, такие креолизованные произведения постфольклора, как демотиваторы, мемы, коллажные картинки-«фотожабы» впитывают в себя технологический цифровой инструментарий создания и такие общие характеристики интернет-текстов, как гипертекстуальность, интертекстуальность, а также фоновые знания и прецедентность применяемой информации. По своему смысловому наполнению эти креолизованные произведения являются отражением постфольклорного творчества пользователей интернета, которое определяется постфольклорным сознанием. Последнее имеет целью осмысление объективной актуальной информации, отражающей текущие ценностно-мировоззренческие основы соответствующего социума и особенности его социокультурного пространства.

Ключевые слова: *постфольклор, креолизованное произведение, семиотически-знаковые системы, мемы, демотиваторы, коллажные картинки-«фотожабы».*

*Denysyuk Zhanna, Ph.D. in Culturology, Head of research and publishing activity of National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts*

#### **Post-folklore creolized works in the measurement of visual internet-communication**

**Purpose of Research.** *The purpose of the work is to study the features of constructing the creolized post-folklore works of the Internet space in the general measurement of the development of the visual culture of this environment.* **Methodology.** *The methodology of the study consists in the application of analytical, culturological and semiotic methods to study the structure and principles of the functioning of such common genres of creolized works of post-folklore as demotivators, ma'am, collage pictures-photographic.* **Scientific Novelty.** *The scientific novelty of the work is the fact that the author is the first who studies popular genres of post-folklore on the basis of revealing the semiotic features of creolized texts. They are formed in the context of the visual culture of the Internet environment with the help of digital instruments.* **Conclusions.** *The author stated that post-folklore creolized works are poly-coded texts with the complex structure and various sign-symbolic systems – verbal and visual. They constitute an integrally interpreted meaning of the work based on the perception of the conotatus and denotata. Mediocre and functioning on the Internet, such creole-like works of post-folklore as demotivators, memes, collage pictures-photo-gags absorb the technological digital creation tools and such general characteristics of Internet texts as hyper-textuality, intertextuality, as well as background knowledge and precedence. According to their semantic content, these creole works are a reflection of post-folklore creativity of Internet users, which is determined by post-folklore consciousness. Its goal is to comprehend objective actual information, reflecting the current values and ideological foundations of the corresponding society and the peculiarities of its sociocultural space.*

Key words: *post-folklore, creolized product, semiotic-sign systems, memes, demotivators, photo-gags.*

Актуальність теми дослідження. Інтернет-середовище, яке утворило окремий культурний універсум зі своєю складною семіотичною системою текстів та принципами їхнього функціонування, стало феноменом візуальної культури сучасності з її сегментованістю, мінливістю та знаково-символічним кодом. Опосередковане віртуальне спілкування в мережі Інтернет підкріплюється візуальною складовою, яка стала домінуючою в культурі інформаційного суспільства. Твори, породжені інформаційно-культурним середовищем, де апріорі передбачено їхнє циркулювання в комунікативних потоках, вибудовуються на засадах підвищеної діалогічності та змістової насиченості, з яскравим, «викличним» форматом задля привернення уваги, втілення актуальних ідей і концептів. Вони формують нову якість сприйняття, що полягає в певному «декодуванні» всіх закладених сенсів та своєрідний стиль образного мислення під впливом концентрованого потоку візуальної інформації.

Окремий сегмент культурної творчості, що сформувався в мережі Інтернет та змістово належить до творів постфольклорного гатунку, також в своїй основі має візуальну складову, яка за допомогою графічних зображень, відео, анімації робить такі твори привабливими та популярними в ході комунікації. Саме креолізація, як пише О. Корда, стає важливим інструментом комунікації – залучення й утримання уваги адресата, способів вираження смислової організації тексту [13, 3].

У досить складних поєднаннях знаково-символічної основи та ідейно-смислового навантаження ці твори являють собою ієрархічно єдине ціле, створюючи своєрідний ефект інтелектуальної медіа-гри та являючи собою складні полікодові або креолізовані тексти. Роль вербального компоненту, що стає більше доповнювальним матеріалом, чітко формує знакову пропорцію таких творів. Саме інтернет-комунікація з безліччю технологічних можливостей спричинилася до численної появи креолізованих творів різного характеру. Як правило, такі твори формуються внаслідок креативного осмислення актуальної дійсності, опосередковуючись технічними прийомами створення та середовищем свого функціонування. Присутність в творах постфольклору парадоксальності, незвичності, іронічності, подвійного сенсу, який трансформує усталені погляди на звичні речі та цінності, несподіваної інтерпретації, забезпечують в такий спосіб відповідні культурні потреби в середовищі інтернет-комунікації.

Метою роботи є вивчення особливостей побудови креолізованих постфольклорних творів інтернет-простору в загальному вимірі розвитку візуальної культури цього середовища.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідженню креолізованих текстів інтернет-середовища та їх окремих жанрових різновидів присвятили свої наукові праці вітчизняні дослідники О. Завадська [9], В. Каптюрова [12], Н. Космацька [14], Л. Макарук [15], Л. Найдьонова [16], С. Панченко [18]; науковці ближнього зарубіжжя – Л. Бабіна [1], Н. Брагіна [2], І. Бугайова [3], О. Вороніна [4], М. Ворошилова [5], О. Голованова [6], Н. Громова [7], В. Каменєва [10], С. Канашина [11], О. Корда [13], О. Нежура [17], Н. Рабкіна [10], Ю. Сергеева [20], Ю. Сорокін [21], Є. Тарасов [21], Е. Уварова [20], Д. Удод [22],

Н. Часовський [6], М. Фіськова [23], Ю. Щуріна [24]. Разом з тим, не завжди в цих дослідженнях акцентується увага саме на розгляді креолізованих творів як частини постфольклорної творчості.

Виклад основного матеріалу. Інтернет-мережа стала не лише комунікативним середовищем, але й вмістилищем інформації та різних культурних зразків в цифровому вигляді, платформою реалізації творчого потенціалу користувачів і звичайного обміну повідомленнями, знаками й картинками на рівні повсякденного спілкування. Швидкість передавання, сприйняття та взаємообмінів такою інформацією і контентом акцентували особливу увагу на візуалізації всіх моментів, що дає змогу цілісного і швидкого сприйняття та реагування.

Постфольклорна творчість, що в цифрову епоху набула інших вимірів, повною мірою реалізовує свій тематичний та жанровий потенціал в нових знаково-символічних, візуальних моделях інтернет-культури. Появи постфольклорної творчості, яка найбільш активно відобразилася в інтернет-мережі, дослідниця О. Жарова пов'язує з явищем постфольклорної свідомості загалом, під якою пропонує розуміти «сукупність розумових актів (включаючи бажання індивіда, його несвідомі інстинкти, уявлення, ідеї, образи і його зобов'язання перед суспільством), що дають можливість існувати людині в суспільстві, зберігаючи при цьому свою автентичність, індивідуальність форм їх подання, властивих сучасному інформаційному техногенному суспільству». На думку дослідниці, воно розкриває почуття особистості, підкреслюючи її індивідуальність і виділяючи з натовпу. Як особливу духовну систему його необхідно розглядати нерозривно з усіма явищами буття його носіїв, з їх уявленнями, системою цінностей, об'єктами фетишу, поведінковими актами та ін. [8, 37].

Відтак, велика частина постфольклорних творів, які циркулюють в інтернет-мережі є креолізованими творами/текстами, що належать до візуальної культури, та створені на основі технологічного цифрового інструментарію. Ця особливість обумовила також утворення нових цифрових жанрів постфольклору, таких, як мем, демотиватор, картинка-«фотожаби»; інших обрисів в інтернет-мережі набули й такі традиційні види креолізованих творів, як комікси та карикатури.

Загалом, трактуючи тип комунікації інтернет-середовища, В.Каптюрова підкреслювала, що він являє собою саме письмово-усну форму спілкування, оскільки користувачі мають можливість при створенні письмово зафіксованого повідомлення передавати власні емоції та невербальні знаки, серед яких представлено ряд невербальних кодів (зображення, аудіо- та відеоматеріали) [12, 114].

Проте зосередимося на суто інтернетних жанрах креолізованих творів постфольклору, оскільки на їхніх зразках можливо виявити особливості побудови та знаково-символічну структуру креолізованого твору.

Креолізовані тексти/твори вже давно потрапили в поле зору дослідників, особливо в період наростаючої технізації, загальної медіатизації суспільного буття та переважанням візуального компонента в культурі і особливо тих її сегментах, що формувалися за допомоги цифрового інструментарію.

Як слушно підкреслює М. Ворошилова, початки наукового осмислення креолізованих текстів були покладені в працях з семіотики, де центральною проблематикою була візуальна семантика, виокремлення дискретних одиниць зображення і аналіз їхньої взаємодії та співвідношення з вербальною семіотичною системою. На думку дослідниці, з точки зору семіотики невербальний знак принципово відрізняється від вербального, оскільки семантика зображення в порівнянні зі словом характеризується певною невизначеністю, «розпливчастістю», розмитістю, у якій міститься як денотативне, так і конотативне значення (Р. Барт) [5, 75-76].

Усталене розумінням креолізованого тексту передбачає наявною вербальну частину (текст) та невербальну частину (візуальну, іконічну), яка може бути представлена графічним зображенням (малюнок, фото, карикатура), схемами, таблицями, іншими символічними зображеннями. Обидві частини є логічно взаємопов'язаними, що репрезентують єдине візуальне, структурне і змістове ціле.

Загалом прерогатива візуального над вербальним науковцями пояснюється як необхідністю «встигати» за процесами інтенсифікації інформаційно-комунікативного потоку, так і тим, що візуальні образи сучасній людині заміняють об'єктивну реальність та також є способом передачі інформації, яка більше «стиснута» і має глибший контекст інтерпретації. Таким чином, як підкреслює Н. Громова, креолізований текст є невід'ємною частиною сучасної багатоканальної комунікації, оскільки виключно вербальний спосіб спілкування не відповідає запитам комунікантів [7, 156].

В науковому дискурсі креолізовані тексти позначають також в термінах семіотично ускладнені, лінгвовізуальні, відеовербальні, кодово-негомогенні, ізовербальні, полікодові. Однак, як пише Д. Удод, спільним знаменником всіх термінів є домінанта іконічних (образотворчих) засобів, які інтегровані в вербальне повідомлення в змістовному, змістовно-композиційному і змістовно-мовному аспектах [22].

Проаналізувавши різні види дискурсів, український дослідник Л. Макарук дійшов висновку, що причиною творення і появи креолізованих творів стає все дедалі частіше застосування, так би мовити, своєрідного «змішування» мовних і позамовних засобів (одиниць, які є складовими частинами немовних семіотичних систем). Так само, на його думку, на значення тексту впливає і низка інших позамовних чинників, які відіграють важливу роль і слугують невід'ємними засобами текстотворення [15, 70].

Візуальний і вербальний компоненти, взаємодіючи в єдиному семантичному просторі один з одним, забезпечують цілісність і зв'язність креолізованого твору та його комунікативний ефект. Таким чином, в процесі сприйняття реципієнтом креолізованого твору відбувається декодування закладеної в ньому інформації, в результаті чого створюється єдиний загальний концепт (сєнс) такого твору/тексту.

Твори та різноманітні культурні зразки, представлені в просторі інтернет-мережі, характеризуються семіотичною поліфонією та одночасним застосуван-

ням відмінних знакових систем, які утворюють складні тексти. До того ж використання доданого відео- та звукорядку, гіперпосилань у таких творах формує нові рівні синтетичного сприйняття та мислення.

У постфольклорному креолізованому творі візуальний компонент виражає почуття адресанта, впливає на його емоції, реалізуючи при цьому експресивну функцію, що, в свою чергу, має здатність справляти іронічний, комічний чи просто розважальний ефект та надихати на певні дії. Креолізований твір завжди складається з декількох різнорідних семіотичних кодових систем, які при цьому функціонально і семантично пов'язані та являють собою спочатку одне структурне ціле, що сприймається та інтерпретується залежно від всіх складових елементів в рівній мірі.

Надзвичайна популярність і поширеність креолізованих творів в Інтернеті обумовлюється, на думку О. Нежури, високим ступенем смислової компресії, розважальним характером, що сприяє швидкому розповсюдженню, а також знаковою специфікою та особливостями композиції. В сукупності ці чинники, на думку дослідниці, формують загальну когнітивну стратегію їх інтерпретації, яка ґрунтується на активації специфічних засобів образності та інтертекстуальних взаємозв'язках [17, 47].

Найбільш широко постфольклорні креолізовані твори в інтернет-мережі представлені в жанрі демотиваторів; колажних картинок-«фотожаб», де можуть бути суміщені різні фото, картинки, відомі репродукції художніх творів з текстом; та картинки-меми, де візуалізований мем (ідея, персонаж, подія, обставини, фраза, будь-який медіавірус тощо) також сполучається з текстовою частиною. Подібні твори відзначаються креативністю, дотепністю, прецедентністю (використовуються конкретні імена, події і явища життя, актуальні в даному соціокультурному просторі) та характеризуються тими ціннісно-смисловими значеннями, які вкладає автор такого твору-повідомлення.

Одним з найпоширеніших типів креолізованих постфольклорних творів є демотиватори, які вибудовуються за певними канонами та суворо регламентованим шаблоном. Маючи за своїм походженням мотиваційні постери до роботи, що були поширені в 1990-х рр. в закордонних (американських) компаніях та були покликані створювати відповідний «робочий настрій», демотиватори, в свою чергу, з'явилися як реакція на стереотипність і прямолінійність цих плакатів-мотиваторів та були покликані переосмислити пропоновані ситуації й гасла в іронічній формі.

«Тіло» демотиватора складає скомпоноване за певним форматом графічне зображення (картинка, фото) в чорній рамці, та підпис-коментар, який пояснює зображуване і складений також за певним форматом (з використанням більшого і меншого шрифту). В основі співвідношення візуального і вербального рядів найчастіше лежить ефект обманутого очікування: зображення, що передає денотативну ситуацію, піддається переосмисленню в процесі подвійного коментування. В цілісній єдності демотиватор являє собою концептуальну лінгвокогнітивну єдність іконічної і вербальної інформації. Перетворившись в самостійний вид інтернетного мистецтва, що являє синтез візуального та верба-

льного компонентів, де передбачається їх певна невідповідність та протиріччя, дослідники, втім, відзначають, що сьогодні демотиватор виступає засобом формування мислення сучасної людини та її ціннісно-нормативної системи [1, 29].

За своєю типологією демотиватори можуть бути реакцією на певні типові проблеми окремого соціуму та відображають осмислення життя в іронічно-сміхових формах.

Іншим поширеним видом постфольклорних креолізованих творів є меми, які загалом за своїм «ідейним» змістом можуть утворювати й інші види постфольклорної творчості. Так, вербальний мем може набувати візуальних обрисів та слугувати основною креолізованих творів, а візуальний знак, навпаки – доповнюватися варіаціями різних текстів.

Мем складається із зображення певного персонажа на квадратному полі (часто – багатобарвному) і підпису, що відбиває типове мислення або поведінку цього героя, будь-яку ситуацію з його життя. Як правило, меми відображають стереотипи і явища сучасної дійсності, які актуальні й цікаві для користувачів інтернету. За визначенням С. Канашиної, «мем часто являє собою загадку або своєрідний «виклик» для читача, який змушений закликати свій екстралінгвістичний досвід і мовну інтуїцію для «обчислення» сенсу мема». Також мем дозволяє вивчати механізми мовної гри, стилістичні прийоми, гумористичні ефекти, виокремити культурно значимі стереотипи і цінності в кожному соціокультурному середовищі [11, 247].

У функціонуванні мемів на шляху до їх перетворення на креолізований твір/текст в інтернет-просторі Т. Попова і Д. Колесова виокремлюють три етапи: на першому етапі мем просто реплікується в різних контекстах; на другому етапі меми починають переосмислюватися і спрощуватися, перероблятися за допомогою фотомонтажу, доповнюватися іншими написами, тобто активно беруть участь в процесі виробництва текстів як готові блоки; на третьому етапі розвитку мем перетворюється на візуальний символ, що вказує на якийсь загальновідомий зміст, абстрактну графему, що володіє соціально значущою функцією [19, 88].

В довільному форматі вибудовуються колажні картинки-«фотожаби», які при наявному вербальному компоненті теж належать до креолізованих творів постфольклору. Твір-«фотожаба» є результатом творчої переробки/обробки користувачами Інтернету певного зображення за допомогою графічного реактора. Зазвичай створювані зображення мають карикатурний характер, можуть виникати стихійно чи цілеспрямовано. Стихійні «фотожаби» можуть базуватися на популярних фотографіях з новин, частіше за все вони засновані просто на кумедних випадкових фотографіях, іноді можуть мати ідеологічне забарвлення [16, 408]. Ступінь популярності і розповсюдження картинок-«фотожаб» також досить високий, основна увага відводиться візуальному зображенню. Поява таких творів в контексті постфольклорної творчості є результатом стереотипного сприйняття інформації, що транслюється комунікативними потоками, прецедентно-значимих ситуацій, які слугують відображенням світоглядно-ціннісної картини світу.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше на основі виявлення семіотичних особливостей креолізованих текстів досліджено популярні жанри постфольклору, які формуються в контексті візуальної культури інтернет-середовища за допомоги цифрового інструментарію.

Висновок. Підсумовуючи, зазначимо, що постфольклорні креолізовані твори являють собою полікодові тексти зі складною структурою та різними знаково-символічними системами – вербальною та візуальною, які в результаті становлять цілісно інтерпретований сенс твору на основі сприйняття конотату та денотату. Опосередковуючись та функціонуючи в інтернет-мережі, такі креолізовані твори постфольклору, як демотиватори, меми, колажні картинки-«фотожаби» вбирають в себе технологічний цифровий інструментарій творення та такі загальні характеристики інтернет-текстів, як гіпертекстуальність, інтертекстуальність, а також фонові знання та прецедентність застосовуваної інформації. За своїм змістовим наповненням ці креолізовані твори є відображенням постфольклорної творчості користувачів інтернету, яка обумовлюється постфольклорною свідомістю. Остання має на меті осмислення об'єктивної актуальної інформації, що відображає поточні ціннісно-світоглядні засади відповідного соціуму та особливості його соціокультурного простору.

### *Література*

1. Бабина Л. В. Об особенностях демотиватора как полимодального текста / Л. В. Бабина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. – № 2 (20). – С. 28-33.
2. Брагина Н. Г. «Демотиваторы со смыслом» и наивные толкования: о соотношении вербального и визуального / Н. Г. Брагина // Антропологический форум. – 2014. – № 21. – С.49-65.
3. Бугаева И. Демотиваторы как новый жанр в Интернет-коммуникации: жанровые признаки, функции, структура, стилистика / И. Бугаева [Электронный ресурс]. – Электронный дан (1 файл). – Режим доступа: <http://rastko.rs/filologija/stil/2011/10Bugaeva.pdf>
4. Воронина О. А., Чэнь Сыхань. Демотиватор как новый тип креолізованных текстов (специфика компонентов) / О. А. Воронина, Чэнь Сыхань // Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2014. –№ 10 (40): в 3-х ч. – Ч. III. – С. 76-79.
5. Ворошилова М. Б. Креолізованный текст: аспекты изучения / М. Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – Вып. 20. Екатеринбург: Урал. пед. ун-т, 2006. – С. 75-89.
6. Голованова Е. И., Часовский Н. В. Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ / Е. И. Голованова, Н. В. Часовский // Вестник ЧелГУ. –2015. – №5 (360). – С.135-141.
7. Громова Н. С. Специфика интерпретации многокомпонентного креолізованного текста / Н. С. Громова // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. –2016. – № 2. – С.156–160.
8. Жарова О. С. Постфольклорный имморализм / О. С. Жарова // Научно-методический журнал «XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс». – Вып. 03(07). – Пенза: Изд-во Пенз. гос. технол. акад., 2012. – С. 37-41.
9. Завадська О. В. Феномен креолізованого тексту: актуальна проблема сучасних лінгвістичних досліджень / О. В. Завадська // Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. – 2016. – Вип. 43. –С. 163-169.
10. Каменева В. А. Функциональный и прагматический потенциал демотиваторов как визуально-вербальной формы современной интернет-коммуникации / В. А. Каменева, Н. В. Рабкина // Политическая лингвистика. – 2013. – № 1 (43). – С.144-151.

11. Канашина С. В. Мем как единица передачи культурной информации языковыми и неязыковыми средствами / С. В. Канашина // Вестник МГЛУ. – 2013. – № 20 (680). – С.243-249.
12. Каптюрова В. В. Креолізовані тексти в соціальній мережі Facebook / В. В. Каптюрова // Мовні і концептуальні картини світу. – 2012. – Т.2. – С. 113-123.
13. Корда О. А. Креолізованный текст в современных печатных СМИ: структурно-функциональные характеристики: автореф. дис. ... канд. филол. наук / О. А. Корда. – Екатеринбург, 2013. – 20 с.
14. Космацька Н. В. Комікс як синкретичний текст: вихідні положення / Н. В. Космацька // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2011. – №5 (ч. 2). – С.64-68.
15. Макарук Л. Л. Проблеми дослідження семіотично ускладнених текстів / Л. Л. Макарук // Науковий вісник Чернівецького університету. Германська філологія. – 2014. – Вип. 692-693. – С.69-72.
16. Найдьонова Л. М. Візуальна творчість в інтернет-спілкуванні / Л. М. Найдьонова // Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України «Актуальні проблеми психології» у 12 томах / За ред. В.О. Моляко. – Т.12. – Вип. 10. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. – Ч. I. – 2010. – С. 406-413.
17. Нежура Е. А. Новые типы креолізованных текстов в коммуникативном пространстве Интернета / Е. А. Нежура // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2012. – № 2. – С. 47-52.
18. Панченко С. А. Лінгвістична гра як основа розважального дискурсу / С. А. Панченко // Система і структура східнослов'янських мов. – 2015. – Вип. 8. – С. 190-196.
19. Попова Т. И. Визуализация информации как тенденция развития современного текста / Т. И. Попова, Д. В. Колесова // Медиалингвистика. – 2015. – № 4 (10). – С.83-94.
20. Сергеева Ю. М. Поликодовый текст: особенности построения и восприятия / Ю. М. Сергеева, Е. А. Уварова // Наука и школа. – 2014. – №4. – С.128-134.
21. Сорокин Ю. А. Креолізованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Высшая школа, 1990. – С.180-186.
22. Удод Д. А. Креолізованный текст как особый вид паралингвистически активного текста / Д. А. Удод // Современная филология: матер. II междунар. науч. конф. (г. Уфа, январь 2013 г.). – Уфа: Лето, 2013. – С. 97-99.
23. Фиськова М. В. Роль креолізації в понимании текста / М. В. Фиськова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2014. – № 7 (37): в 2-х ч. – Ч. II. – С. 198-200.
24. Щурина Ю. В. Комические креолізованные тексты в интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Вестник Новгородского государственного университета. – 2010. – №57. – С.82-86.

### References

1. Babina, L. V. (2013). On peculiarities Demotivatory a multimodal text. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2 (20), 28-33 [in Russian].
2. Bragina, N. G. (2014). "Demotivators with meaning" and naive interpretations: the relationship between verbal and visual. *Antropologicheskij forum*, 21, 49-65 [in Russian].
3. Bugaeva I. Demotivators as a new genre in Internet communication: genre features, functions, structure, style. Retrieved from: <http://rastko.rs/filologija/stil/2011/10Bugaeva.pdf> [in Russian].
4. Voronina, O.A. & Syhan, Ch. (2014). Demotivatory as a new type creolized texts (component-specific). *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 10 (40), vol. III, 76-79 [in Russian].
5. Voroshilova, M.B. (2006). Creolized text: aspects of the study. *Politicheskaja lingvistika*, 20, 75-89 [in Russian].

6. Golovanova, E.I. & Chasovskiy, N.V. (2015). Internet-meme as an element of visualization in the media. *Vestnik ChelGU*, 5 (360), 135-141 [in Russian].
7. Gromova, N.S. (2016). Specificity of interpretation of multicomponent creolized text. *Vestnik KGU im. N.A. Nekrasova*, 2, 156-160 [in Russian].
8. Zharova, O.S. (2012). Post-folklore immorality. *Nauchno-metodicheskij zhurnal «XXI vek: itogi proshlogo i problemy nastojashhego pljus»*, 03 (07), 37-41 [in Russian].
9. Zavad'ska, A.V. (2016). Phenomenon kreolized text: Actual problems of modern linguistic research. *Linhvistychni doslidzhennya: Zb. nauk. prats' KhNPU im. H.S. Skovorody*, 43, 163-169 [in Ukrainian].
10. Kameneva, V.A. & Rabkina, N.V. (2013). Functional and pragmatic potential of demotivators as a visual-verbal form of modern Internet communication. *Politicheskaja lingvistika*, 1 (43), 144-151 [in Russian].
11. Kanashina, S.V. (2013). Mem as a unit for the transmission of cultural information by linguistic and non-linguistic means. *Vestnyk MHLU*, 20 (680), 243-249 [in Russian].
12. Kaptyurova, V. (2012). Kreolized text on Facebook. *Movni i kontseptual'ni kartyny svitu*, 2, 113-123 [in Ukrainian].
13. Korda, O.A. (2013). Creed text in modern print media: structural and functional characteristics. Extended abstract of candidate's thesis. *Ekaterynburh* [in Russian].
14. Kosmats'ka, N. V. (2011). The comics as a syncretic text assumptions. *Naukovyy visnyk Volyns'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrayinky*, 5 (2), 64-68 [in Ukrainian].
15. Makaruk, L. (2014). Problems of Research semiotically complicated texts. *Naukovyy visnyk Chernivets'koho universytetu. Hermans'ka filolohiya*, 692-693, 69-72 [in Ukrainian].
16. Naidenova, L.M. (2010). Visual creativity in the online communication. *Zbirnyk naukovykh prats' Instytutu psykholohiyi im. H.S. Kostyuka APN Ukrayiny «Aktual'ni problemy psykholohiyi»*, 12 (10), vol.1, 406-413 [in Ukrainian].
17. Nezhura, E. A. (2012). New types creolized texts in communicative Internet space. *Teorija jazyka i mezhkul'turnaja komunikacija*, 2, 47-52 [in Russian].
18. Panchenko, S.A. (2015). linguistic game entertainment as the foundation discourse. *Systema i struktura skhidnoslov'yans'kykh mov*, 8, 190-196 [in Ukrainian].
19. Popova, T.I. & Kolesova, D.V. (2015). Visualization of Information as a Trend of Development of Modern Text. *Medialingvistika*, 4 (10), 83-94 [in Russian].
20. Sergeeva, Yu. M. & Uvarova E.A. (2014). Policode text: features of construction and perception. *Nauka I shkola*, 4, 128-134 [in Russian].
21. Sorokin Ju. A. & Tarasov E. F. (1990). The Creolized texts and their communicative function. Optimization of speech influence. *Moskva: Vysshaja shkola*, 180-186 [in Russian].
22. Udod, D. (2013). Creed text as a special kind of paralinguistic active text. *Sovremennaya filolohia: mater. II mezhdunar. nauch. konf. (h. Ufa, yanvar' 2013 h.)*. Ufa: Leto, 97-99 [in Russian].
23. Fiskova, M.V. (2014). The role of creolization in understanding the text. *Filolohicheskie nauki. Voprosi teorii i praktiki*. Tambov: Hramota, 7 (37), vol. 2, 198-200 [in Russian].
24. Shhurina, Ju. V. (2010). The Comic creolized texts in the Internet communication. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta*, 57, 82-86 [in Russian].