

**Н. И. Клушина**Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия  
ORCID ID: 0000-0002-4666-5433  **E-mail:** nklushina@mail.ru.

## Мультимедиаальный код языка и его роль в политической лингвистике

**АННОТАЦИЯ.** Развитие интернет-технологий и мультимедиа делает возможным создание текстов, синтезирующих в себе знаки различных кодов, как вербальных, так и невербальных, буквенных и небуквенных. Это позволяет выдвинуть гипотезу о формировании в коммуникативном пространстве Интернета нового, мультимедиаального кода языка. Данный код рассматривается как закономерный этап развития человеческой коммуникации в новых технологических условиях, а не как антропогресс. Например, мультимедиаальный код усложняет традиционную пунктуационную систему языка, интегрируя в нее эмодзи, стикеры и другие мультимедиаальные знаки в функции запятых, точек, многоточий и т. п. Мультимедиаальная стилистика видит в новом коммуникативном коде языка потенции усиления экспрессии и выразительности. Разграничиваются термины «мультимедиаальный текст» и «мультимодальный текст»: мультимедиаальный текст возник на базе мультимедиа и является продуктом мультимедийных технологий, которые формируют сложный синкретичный код медиакommunikации за счет инкорпорации знаков различной медийной природы, а мультимодальный текст не обязательно относится к медийным. Мультимедиаальные тексты, которые одновременно являются поликодовыми и мультимодальными, вызывают симультанный эффект, оказывающий серьезное воздействие на адресата. Данное свойство мультимедиаальных текстов активно используется в политической коммуникации. Особый интерес для политической лингвистики представляют интернет-мемы и мультимедиаальные статьи, которые становятся инструментами современных политехнологий. Мем, генетически связанный с карикатурой, создается не художниками, а любым человеком, овладевшим мультимедийными интернет-технологиями; преимущество мема — в скорости распространения, охвате аудитории (в этом мем сближается с политическим анекдотом) и интерактивной реакции на политическое послание. Мультимедиаальный код в интернет-статьях работает не только на восприятие информации всеми органами чувств, но и повышает достоверность, например за счет использования видеофрагментов.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** Интернет; интернет-пространство; интернет-дискурс; интернет-тексты; интернет-коммуникация; социальные сети; мультимедиа; мультимедиаальный код; политический дискурс; медиадискурс; медиатексты; мультимедиаальная стилистика; мультимедиаальные знаки; интернет-мемы; мультимедиаальные тексты; мультимодальные тексты; политическая лингвистика; политическая коммуникация.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ:** Клушина Наталья Ивановна, доктор филологических наук, профессор, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова; 125009, Россия, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1; e-mail: nklushina@mail.ru.

**ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:** Клушина, Н. И. Мультимедиаальный код языка и его роль в политической лингвистике / Н. И. Клушина // Политическая лингвистика. — 2020. — № 6 (84). — С. 19-25. — DOI 10.26170/pl20-06-02.

**БЛАГОДАРНОСТИ.** Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ 20-012-00077 «Креативная функция языка в интернет-коммуникации».

### 1. ВВЕДЕНИЕ. ПОНЯТИЕ МУЛЬТИМЕДИААЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАСТИЛИСТИКЕ

Интернет-коммуникация шире любой другой коммуникации в силу своей конвергентной природы. Она может соединять в себе все доступные коды: аудиальный, визуальный, аудиовизуальный, — с помощью которых кодируется и считывается информация. Но помимо разных кодов, в интернет-коммуникации для передачи сообщения активно используются и разные кодовые системы: буквенные, пунктуационные и небуквенные, например математические, химические и включающие другие символы, а также рисунки, графики, анимация и т. п. Таким образом,

мультимедиаальность, или мультимедийность, можно трактовать как объединение в интернет-тексте знаков различных кодовых систем.

В современной медиастилистике формируется новая область — мультимедиаальная стилистика (Б. Тошович, Н. И. Клушина, В. Е. Чернявская, А. В. Николаева и др. [Тошович 2018; Клушина, Николаева 2020; Чернявская 2013, 2015]), в которой изучается функционирование в интернет-коммуникации знаков различной семиотической природы (вербальных и невербальных, буквенных и небуквенных), а также знаков различных кодов — цвета, шрифта, символов и т. п.

С точки зрения мультимедиаальности, при широком ее понимании, можно рассматривать любой текст, в котором, кроме букв, имеются

рисунки, фотографии и другие знаки небуквенной природы. Средневековый текст также может рассматриваться как мультимедиаальный (например, рукописная Библия включает цвет, дизайн заглавной буквы и другие мультимедиаальные элементы). Но с развитием интернет-коммуникации, и в частности мультимедиаальных технологий, мультимедиаальность стала ведущей чертой именно Интернета.

Сам термин *мультимедиаальность* является новым, поскольку описывает свойство современных мультимедиа, под которыми понимают «совокупность компьютерных технологий, одновременно использующих несколько информационных сред: графику, текст, видео, фотографию, анимацию, звуковые эффекты, высококачественное звуковое сопровождение» [Мультимедиа www].

Б. Тошович определяет мультимедиа следующим образом: «Мультимедиа — комплексный вид коммуникации, в котором объединяются знаки, символы, коды, средства различных видов устного и письменного общения — буквенные (базовые и факультативные) и небуквенные: а) иконические символы, б) устные (записи голосов / песен, звуков животных и природы), в) визуальные и аудиовизуальные (графики, иллюстрации, карикатуры, чертежи, рисунки, картины, фотографии, скриншоты, аватары, виджеты, комиксы, клипы, клипарты, анимации, презентации, фильмы, гифы, трейды, лайны / лайнарты, хэдшоты, фуллбоди, кирибаны, коллабы, ... видеоприколы, видеопоздравления, видеопародии, нарезки из фильмов и мультфильмов, анимационные открытки, музыкальные открытки, аудиокниги, видеомотиваторы, мемы, мультики, притчи, рассказы, рекламы, ролики, трейлеры, вайны, заставки, стихи и т. п.)» [Тошович 2018: 132]. Как видим, само по себе определение мультимедиа показывает, насколько разнообразны мультимедиаальные ресурсы для выстраивания коммуникации.

Мультимедиаальность в интернет-коммуникации дает возможность проявления стилистического потенциала интернет-текста на каждом уровне его кодирования: вербальном, визуальном, аудиальном и других, что приводит к мощному мультимодальному воздействию, т. е. воздействию на все органы восприятия информации.

## 2. КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ — ПОЛИКОДОВЫЙ ТЕКСТ — МУЛЬТИМЕДИААЛЬНЫЙ/ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ ТЕКСТ

Предмет интернет-стилистики — гипертекст. Предмет мультимедиаальной стилистики — мультимедиаальный текст.

Предшественниками мультимедиаального текста являются креолизованный и (в другой терминологии) поликодовый тексты.

Понятие поликодового текста коррелирует с понятием «креолизованный текст». Эти два термина можно считать синонимами. Отличаются они временем вхождения в научный терминологический аппарат стилистики текста.

Ю. А. Сорокин и Е. Ф. Тарасов креолизованные тексты трактуют как тексты, в которых визуальный иконический элемент «интегрирован в вербальное сообщение в содержательном, содержательно-композиционном и содержательно-языковом аспектах» [Сорокин, Тарасов 1990: 180].

Термин *креолизованный текст*, как излишне метафоричный, постепенно вытесняется термином *поликодовый текст*.

Поликодовый текст — текст, в котором информация передается с помощью различных кодов (аудиального, визуального, вербального), причем они тесно переплетены.

Наиболее яркими примерами поликодового текста являются рекламные тексты, а также тексты телевизионные, в которых вербальный код объединен с визуальным (реклама) или с визуальным и аудиальным (телевидение). Важная особенность поликодового текста состоит в том, что все коды в нем должны быть взаимосвязаны, но не дублировать друг друга. Поликодовый текст по своей природе синкретичен.

Мультимедиаальный текст — следующая ступень в развитии поликодового текста, поскольку в вербальный код текста, обычно состоящий из букв и пунктуационных знаков, добавляются небуквенные символы (#, @, % и т. п.), иконические знаки предметов (📺), компрессированные знаки эмоций (эмодзи и смайлики), знаки — субституты морфологических форм (вместо слова *люблю* вставляется сердечко ♥ и др.).

Аудиальный код также расширяется, в том числе из-за монтажа различных голосовых врезок, визуальный код дополняется анимацией, «гифками» и прочими визуальными знаками. Таким образом, поликодовый текст усложняется и эволюционирует в текст мультимедиаальный, в котором контаминируются знаки различных информационных систем. Мультимедиаальный текст — продукт конвергенции медиа. В интернет-коммуникации практически все тексты мультимедиаальные.

Мы полагаем, что необходимо дифференцировать термины «мультимедиаальный текст» и «мультимодальный текст». В современных зарубежных и российских исследованиях они синонимичны и взаимозаменяемы, как в свое время термины «стиль» и «дискурс». С точки зрения научной перспек-

тивы нам представляется необходимым указать на неполное совпадение и несинонимичность данных понятий. Мультимедиа́льный текст возник на базе мультимедиа и является продуктом мультимедийных технологий, которые формируют сложный синкретичный код медиакоммуникации за счет инкорпорации знаков различной медийной (sic!) природы. Основная среда его бытования — медиа. Мультимодальный текст не обязательно медийный. В основе данного термина — модальность восприятия полисемиотического текста. Мультимодальный текст считывается всеми органами чувств, что способствует симультанности его восприятия, оказывающей множественный эффект на адресата. Мультимедиа́льный текст при таком понимании является в то же время и мультимодальным.

Мультимедиа́льность усиливает стилистический потенциал текста, поскольку каждый мультимедиа́льный знак несет в себе новую, небуквенную информацию, что позволяет разнообразить стилистические ресурсы современного языка.

Б. Тошович намечает стилистические перспективы мультимедиа́льности, связанные с соотношением мультимедиа́льности и экспрессивности, с типами экспрессивного воздействия при кодовом переключении, а также с развитием картинке в тексте и текста в картинке, подчеркивает стилистическую значимость «проникновения оральной структуры в линейную структуру письменной речи, языка тела и его мультимедиа́льной транспозиции, ... стилистическую ценность эмодзи, смайликов и их функционирование в текстуальном окружении, карикатуры как мультимедиа́льной экспрессы», поднимает и другие вопросы развития мультимедиа́льной стилистики [Тошович 2018: 132, 133]. Таким образом, мультимедиа́льный текст выдвигается в центр современных стилистических исследований.

### 3. СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МУЛЬТИМЕДИА́ЛЬНОСТИ

Стилистический потенциал мультимедиа́льности очень высок. «Мультимедиа́льность представляет собой важный источник стилистического материала, в первую очередь экспрессивности и выразительности. Объединением различных кодовых систем и / или их элементов создаются стилистические эффекты (неожиданность, обманутое ожидание, новизна), языковое выражение становится более разнообразным, расширяются возможности стилистического варьирования, возникают условия для более экономного, сжатого высказывания» [Тошович 2018: 147].

Мультимедиа́льность становится ведущей чертой не только медиатекстов, но и рекламных текстов. Появляется специфический жанр журналистики — мультимедиа́льная история, или лонгрид. Мультимедиа́льность проникает в язык и стиль художественной литературы. Например, бурное развитие получает сегодня визуальная сетевая поэзия, а также так называемые фанфики (фанфикшен-литература), представляющие собой любительские версии известных произведений, в которые сегодня все чаще включаются различные мультимедиа́льные коды, например, вместо описания внешности героя вставляется его визуальный портрет и т. п.

Проникла мультимедиа́льность и в сферу спонтанного бытового письменного общения на различных интернет-площадках — в соцсетях, мессенджерах, чатах, блогах, т. е. в неофициальной части Интернета, где частотное использование эмодзи, смайликов, гифок, лайков, хештегов и других мультимедиа́льных знаков. Эти специфические интернет-символы становятся настолько популярны, что из онлайн переносятся в офлайн как стилистические приемы офлайн-коммуникации (например, хештеги, лайки, сердечки на улицах городов, маркирующие значимые события, на которые необходимо обратить внимание).

Такое широкое применение мультимедиа́льности стало возможным только из-за развития Интернета с его конвергентной природой, позволяющей участникам коммуникации легко объединять и переключать коды различных систем без ущерба для смысла.

Таким образом, в интернет-коммуникации формируется особый мультимедиа́льный язык, который начинает активно использоваться и за пределами Интернета.

Все это говорит о возрастании авторитета интернет-коммуникации и ее влиянии на дальнейшее развитие языка. На первый взгляд упрощенная, нередко анимизированная, визуализированная, цветная, символическая коммуникация в Интернете не есть свидетельство детскости коммуникации, напротив, мультимедиа́льность говорит об усложнении смысла при упрощении, визуализации или транспозиции формы выражения. Мультимедиа́льный текст задействует не только различные каналы и коды для считывания информации (зрительный, аудиальный, буквенный), но и различные смыслы, заложенные в цвет, шрифт, графику и т. д.

Таким образом, мультимедиа́льная стилистика раскрывает новый стилистический потенциал интернет-коммуникации, которая построена на конвергенции мультимедиа и использовании различных знаковых систем в едином мультимедиа́льном тексте.

## Западные СМИ назвали Лукашенко председателем колхоза



Рис. 1

### 4. МУЛЬТИМЕДИАЛЬНЫЙ КОД ЯЗЫКА В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Мультимедийность современного медиадискурса распространяется и на политическую коммуникацию, предоставляя ей всё большие возможности для тотального воздействия на массовую аудиторию.

Сформированные Интернетом жанры «мем» и «лонгрид» по своей форме являются мультимедиальными и имеют серьезные преимущества перед традиционными жанрами, в которые ранее «упаковывался» политический контент (например, публицистическая статья, интервью с политиком и т. п.). Мем и лонгрид противопоставлены по критерию краткости / полноты представленного контента, но эти жанры объединяет мультимедиальная составляющая, которая придает наглядность, даже красочность содержанию. Прототипическим жанром для политического мема вполне возможно считать политическую карикатуру. Ирония, оценочность, комичность присущи в равной мере как мему, так и карикатуре, визуальная составляющая и лаконичность формы также объединяют данные жанры. Но если карикатура находится на фронтире художественного искусства и политики, то мем создается не художниками, а любым человеком, овладевшим мультимедийными интернет-технологиями, именно поэтому мем является репрезентантом мультимедийного кода коммуникации. Например, мем, синтезирующий (на основе монтажа по принципу коллажа) телевизионный кадр с портретом добродушно улыбающегося А. Г. Лукашенко, заголовок из газеты «Западные СМИ назвали Лукашенко председателем колхоза» и цитаты из речи прези-

дента Белоруссии, становится демотиватором негативного имиджа политика (рис. 1).

Преимущества мема — в скорости распространения, охвате аудитории (здесь мем сближается с политическим анекдотом) и интерактивной реакции на политическое послание, а также легкости создания данного жанра любым человеком, владеющим новыми технологиями. Мем полностью отвечает современным запросам интернет-пользователей, к которым в основном относится активная молодежь, и становится одним из важнейших жанров в политической коммуникации, активно воздействующим на политическое сознание молодого поколения. Мемы создают смеховую политическую культуру и становятся инструментом политтехнологий. Данный жанр раскрывает весь лингвокреативный потенциал нового мультимедиального кода современного языка.

Лонгрид, или мультимедиальная история, — еще один жанр, который становится важным и актуальным в политической коммуникации, он также создается с помощью мультимедиального кода. В чистом виде лонгрид практически не используется, его, как и в случае с мемом и карикатурой, можно считать прототипическим жанром для современной интернет-статьи. Достаточно большой объем и, главное, мультимедийная составляющая — те черты, которые позволяют говорить о генетической связи современных публицистических статей в Интернете с лонгридом.

Жанр статьи в Интернете становится мультимедиальной историей. Как пример приведем скриншот статьи из интернет-версии газеты «Известия» (рис. 2).



Рис. 2

Использование в статье видеофайлов с выступлениями Лукашенко раздвигает границы текста, значительно увеличивает объем статьи, делая ее соотносимой с объемами и жанровыми характеристиками лонгрида. Мультимедиа в таких родах работает не только на восприятие информации всеми органами чувств (что обеспечивает мультимодальность мультимедиа), но и решает проблему достоверности: вы все видите собственными глазами. Поэтому мультимедийные статьи также становятся инструментом политтехнологий, использующих категорию достоверности как одну из возможностей манипулирования контекстом.

Природа мультимедиа, опирающегося на синкретизм в создании текста и мультимодальность его восприятия, настолько сложна, что может приводить к непредсказуемым эффектам. Поэтому мы видим свою задачу не только в формулировании идеи нового мультимедиа, но и в необходимости изучения эффектов, которые он может породить. Если художественная условность языка карикатуры в какой-то мере снимает с автора ответственность за другое, чем он задумывал, прочтение, то мультимедиа, с имманентной презумпцией достоверности, может вызвать негативный эффект.



Рис. 3

Как пример можно привести пост Марии Захаровой, созданный с помощью мультимедиа (кадр из фильма «Основной инстинкт», протокольное фото встречи Вучича и Трампа и вербальная интерпретация данного политического события) и вызвавший дипломатический скандал (рис. 3).

### ВЫВОДЫ

Интернет спровоцировал, породил и упрочил цивилизационный слом, который сопровождается в том числе не просто развитием современного языка, а его качественной трансформацией, позволяющей говорить о новом коде коммуникации.

С точки зрения культуры речи изменения языка, происходящие в интернет-пространстве, многими современными учеными описываются как регресс, «возвращение в пещеру». Мы с осторожностью относимся именно к такому пониманию интернет-коммуникации — как коммуникативного пространства, негативно воздействующего на современный язык. Нам коммуникативное пространство Интернета представляется скорее ретортами для формирования нового, мультимедиа, который технически стал возможным только с развитием мультимедиа. Мультимедиа, на наш взгляд, является не упрощением, а, наоборот, усложнением языка, поскольку ин-

тегрирует в себе знаки различной семиотической природы: как буквенные, так и небуквенные, вербальные и невербальные, как письменные, так и аудиальные и визуальные, что позволяет задействовать все органы восприятия послания и тем самым усилить воздействующий эффект. Мультимедиа-код к тому же усложняет традиционную пунктуационную систему языка, интегрируя в нее эмодзи, стикеры и другие мультимедиа-знаки в функции запятых, точек, многоточий и т. п. В нашем понимании мультимедиа-код языка способствует симультанному считыванию и восприятию сообщения, поэтому с этих позиций он отвечает важнейшему закону экономии речевых усилий за счет компрессии формы кодирования и выражения смысла. Маклюэн будущее «расширение человека» видел в том числе и в передаче мысли без словесного оформления. Мультимедиа-код может быть первым шагом в это будущее.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова, Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова. — Москва : Academia, 2003. — 122 с. — Текст : непосредственный.
2. Артемова, Е. А. Карикатура как жанр политического дискурса : дис. ... канд. филол. наук / Артемова Е. А. — Волгоград, 2002. — 237 с.
3. Ворошилова, М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : моногр. / М. Б. Ворошилова ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2013. — 193 с.
4. Гончарова, Е. А. Медиа-аспект модуля формулирования текста как проблема стилистики / Е. А. Гончарова. — Текст : непосредственный // СТИЛ. — Белград, 2008. — Вып. 7. — С. 11—20.
5. Клушина, Н. И. Введение в интернет-стилистику / Н. И. Клушина, А. В. Николаева. — Москва : Флинта, 2020. — 240 с. — Текст : непосредственный.

#### N. I. Klushina

M. V. Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia  
ORCID ID: 0000-0002-4666-5433 

 **E-mail:** nklushina@mail.ru.

6. Максименко, О. И. Поликодовый vs. креолизованный текст: проблема терминологии / О. И. Максименко. — Текст : непосредственный // Вестник РУДН. Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2012. — № 2. — С. 93—102. — Текст : непосредственный.

7. Мичурин, Д. Е. Прецедентный поликодовый текст в вербально-изобразительной коммуникации интернет-сообществ (на материале русскоязычных имидж-форумов) : дис. ... канд. филол. наук / Мичурин Д. Е. — Тверь, 2014. — 162 с. — Текст : непосредственный.

8. Мультимедиа // Финансовый словарь. — URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/25382](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/25382). — Текст : электронный.

9. Мультимедиа-стилистика. — Бая Лука, 2018. — 174 с. — Текст : непосредственный.

10. Омеляненко, В. А. Поликодовые тексты в аспекте теории мультимодальности / В. А. Омеляненко, Е. Н. Ремчукова. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — 2018. — № 3 (17). — С. 66—78. — DOI 10.25513/2413-6182.2018.3.66-78.

11. Сорокин, Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов. — Текст : непосредственный // Оптимизация речевого воздействия. — Москва, 1990. — С. 178—187.

12. Сорокина, Ю. В. Понятие мультимодальности и вопросы анализа мультимодального лекционного дискурса / Ю. В. Сорокина. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — Тамбов : Грамота, 2017. — № 10 (76). — Ч. 1. — С. 168—170.

13. Тошович, Б. Мультимедиа-стилистика / Б. Тошович. — Текст : непосредственный // Мультимедиа-стилистика. — Бая Лука, 2018. — С. 131—152.

14. Чернявская, В. Е. Медиа-ность: опыт осмысления формирующейся парадигмы в лингвистике / В. Е. Чернявская — Текст : электронный // Медиалингвистика. — 2015. — № 1 (6). — С. 7—14. — URL: <https://medialing.ru/medialnost-opyt-osmysleniya-formiruyushchejsya-paradigmy-v-lingvistike/> (дата обращения: 13.10.2020).

15. Чернявская, В. Е. Медиа-поворот в лингвистике: поликодовые и гибридные тексты / В. Е. Чернявская. — Текст : электронный // Вестник Иркутского университета. — 2013. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/medialnyu-povorot-v-lingvistike-polikodovye-i-gibridnye-teksty/> (дата обращения: 13.10.2020).

16. Jäger, L. Medialität und Mentalität. Theoretische und empirische Studien zum Verhältnis von Sprache, Subjektivität und Kognition / L. Jäger, E. Linz. — München, 2004. — 369 S. — Text : unmediated.

## Multimedia Language Code and its Role in Political Linguistics

**ABSTRACT.** *The development of Internet technologies and multimedia makes it possible to create texts incorporating signs of various codes, both verbal and nonverbal, alphabetical and non-alphabetical. This allows posing a hypothesis about the formation of a new multimedia language code in the communicative space of the Internet. This code is considered to be a logical stage in the development of human communication under new technological conditions but not as an anthropological regression. The multimedia code complicates the traditional punctuation system of language integrating into it emoji, stickers and other multimedia signs in the function of commas, full stops, suspension points, etc. Multimedia stylistics treats the new communicative language code as a potential for boosting emotionality and expressiveness. The author discriminates between the terms “multimedia text” and “multimodal text”: the multimedia text emerges on the basis of multimedia and is a product of multimedia technologies which form a complex syncretic code of media communication by incorporating signs of diversified media nature, and the multimodal text is not necessarily media. Multimedia texts, which are at the same time polycode and multimodal, produce a stimulating effect with a serious impact upon the recipient. This property of multimedia texts is actively used in political communication. Internet memes and multimedia articles which become instruments of modern political technologies are especially interesting for political linguistics. The meme, genetically connected with cartoon, is not created by artists but by any common person who has mastered multimedia Internet technologies. The advantages of the meme consist in the speed of disseminating, a wide range of audience (it is close to political anecdote in this sense) and the interactive response to a political message. The multimedia code in the Internet articles does not only enhance the perception by all sense organs but also improves information reliability, e.g. by using video footages.*

**KEYWORDS:** *Internet; Internet space; Internet discourse; Internet texts; Internet communication; social networks; multimedia; multimedia code; political discourse; media discourse; media texts; multimedia stylistics; multimedia signs; Internet memes; multimedia texts; multimodal texts; political linguistics; political communication.*

**AUTHOR'S INFORMATION:** *Klushina Natal'ya Ivanovna, Doctor of Philology, M. V. Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.*

**FOR CITATION:** *Klushina, N. I. Multimedia Language Code and its Role in Political Linguistics / N. I. Klushina // Political Linguistics. — 2020. — No 6 (84). — P. 19-25. — DOI 10.26170/pl20-06-02.*

**ACKNOWLEDGMENTS.** Research is accomplished with financial support of the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) grant № 20-012-00077 “Creative Function of Language in Internet Communication”.

#### REFERENCES

1. Anisimova, E. E. Text linguistics and Intercultural Communication (based on creolized texts) / E. E. Anisimova. — Moscow : Academia, 2003. — 122 p. — Text : unmediated. [Lingvistika teksta i mezhkul'turnaya kommunikatsiya (na materiale kreolizovannykh tekstov) / E. E. Anisimova. — Moskva : Academia, 2003. — 122 c. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
2. Artemova, E. A. Caricature as a Genre of Political Discourse : thesis ... of Cand. of Philol. Sciences / Artemova E. A. — Volgograd, 2002. — 237 p. [Karikatura kak zhanr politicheskogo diskursa : dis. ... kand. filol. nauk / Artemova E. A. — Volgograd, 2002. — 237 s.]. — (In Rus.)
3. Voroshilova, M. B. Political Creolized Text: Keys to Reading : monograph / M. B. Voroshilova ; Ural State Ped. Univ. — Ekaterinburg : [s. l.], 2013. — 193 p. [Politicheskiiy kreolizovannyi tekst: klyuchi k prochneniyu : monogr. / M. B. Voroshilova ; Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg : [b. i.], 2013. — 193 s.]. — (In Rus.)
4. Goncharova, E.A. Medial Aspect of the Modus of Text Formulation as a Problem of Stylistics / E. A. Goncharova. — Text : unmediated // STYLE. — Belgrade, 2008. — Issue 7. — P. 11—20. [Medial'nyy aspekt modusa formulirovaniya teksta kak problema stilistiki / E.A. Goncharova. — Tekst : neposredstvennyy // STIL. — Belgrad, 2008. — Vyp. 7. — S. 11—20]. — (In Rus.)
5. Klushina, N. I. Introduction to Internet stylistics / N. I. Klushina, A. V. Nikolaeva. — Moscow : Flinta, 2020. — 240 p. — Text : unmediated. [Vvedenie v internet-stilistiku / N. I. Klushina, A. V. Nikolaeva. — Moskva : Flinta, 2020. — 240 s. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
6. Maksimenko, O. I. Polycode vs. Creolized Text: the Problem of Terminology / O. Maksimenko. — Text : unmediated // Bulletin of RUDN. Ser.: Theory of Language. Semiotics. Semantics. — 2012. — No. 2. — P. 93—102. — Text : unmediated. [Polikodovyy vs. kreolizovannyi tekst: problema terminologii / O. I. Maksimenko. — Tekst : neposredstvennyy // Vestnik RUDN. Ser.: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika. — 2012. — № 2. — S. 93—102. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
7. Michurin, D. E. Precedent Polycode Text in Verbal-pictorial Communication of Internet Communities (based on the material of Russian-language image forums) : thesis ... of Cand. of Philol. Sciences / Michurin D. E. — Tver, 2014. — 162 p. — Text : unmediated. [Precedentnyy polikodovyy tekst v verbal'no-izobrazitel'noy kommunikatsii internet-soobschestv (na materiale russkoyazychnykh imidzh-forumov) : dis. ... kand. filol. nauk / Michurin D. E. — Tver', 2014. — 162 s. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
8. Multimedia // Financial Dictionary. [Multimedia // Finansovyy slovar']. — URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/25382](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/25382). — Text : electronic. — (In Rus.)
9. Multimedia stylistics. — Text : unmediated. — Banya Luka, 2018. — 174 p. [Multimedijalna stilistika. — Banya Luka, 2018. — 174 s. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Serbian)
10. Omel'yanenko, V. A. Polycode Texts in the Aspect of Multimodality Theory / V. A. Omel'yanenko, E. N. Remchukova. — Text : unmediated // Communication Research. — 2018. — No. 3 (17). — P. 66—78. — DOI 10.25513/2413-6182.2018.3.66-78. [Polikodovyye teksty v aspekte teorii mul'timodal'nosti / V. A. Omel'yanenko, E. N. Remchukova. — Tekst : neposredstvennyy // Kommunikativnye issledovaniya. — 2018. — № 3 (17). — S. 66—78. — DOI 10.25513/2413-6182.2018.3.66-78]. — (In Rus.)
11. Sorokin, Y. A. Creolized texts and their communicative function / Y. A. Sorokin, E. F. Tarasov. — Text : unmediated // Optimization of speech impact. — Moscow, 1990. — P. 178—187. [Kreolizovannyye teksty i ikh kommunikativnaya funktsiya / Yu. A. Sorokin, E. F. Tarasov. — Tekst : neposredstvennyy // Optimizatsiya rechevogo vozdeystviya. — Moskva, 1990. — S. 178—187]. — (In Rus.)
12. Sorokina, Yu. V. The Concept of Multimodality and Analysis of Multimodal Lecture Discourse / Yu. V. Sorokina. — Text : unmediated // Philological Sciences. Issues of Theory and Practice. — Tambov : Diploma, 2017. — No. 10 (76). — Part 1. — P. 168—170. [Ponyatie mul'timodal'nosti i voprosy analiza mul'timodal'nogo leksiionnogo diskursa / Yu. V. Sorokina. — Tekst : neposredstvennyy // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. — Tambov : Gramota, 2017. — № 10 (76). — Ch. 1. — S. 168—170]. — (In Rus.)
13. Tosovic B. Multimedia stylistics / B. Tosovic. — Text : unmediated // Multimedialna stylistics. — Banya Luka, 2018. — P. 131—152. [Toshovich, B. Mul'timedial'naya stilistika / B. Toshovich. — Tekst : neposredstvennyy // Multimedijalna stilistika. — Banya Luka, 2018. — S. 131—152]. — (In Serbian)
14. Chernyavskaya V. E. Mediality: analyzing a new paradigm in linguistics / V. E. Chernyavskaya. — Text : electronic // Media Linguistics. — 2015. — No. 1 (6). — P. 7—14. [Medial'nost': opyt osmysleniya formiruyushcheysya paradigmy v lingvistike / V. E. Chernyavskaya — Tekst : elektronnyy // Medialingvistika. — 2015. — № 1 (6). — S. 7—14]. — URL: <https://medialing.ru/medialnost-opyt-osmysleniya-formiruyushcheysya-paradigmy-v-lingvistike/> (date of access: 13.10.2020). — (In Rus.)
15. Chernyavskaya V. E. Medial turn in linguistics: polycode and hybrid texts / V. E. Chernyavskaya. — Text : electronic // Bulletin of Irkutsk University. — 2013. [Medial'nyy povorot v lingvistike: polikodovyye i gibridnye teksty / V. E. Chernyavskaya. — Tekst : elektronnyy // Vestnik Irkutskogo universiteta. — 2013]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/medialnyy-povorot-v-lingvistike-polikodovyye-i-gibridnye-teksty/> (date of access: 13.10.2020). — (In Rus.)
16. Jäger, L. Medialität und Mentalität. Theoretische und empirische Studien zum Verhältnis von Sprache, Subjektivität und Kognition / L. Jäger, E. Linz. — München, 2004. — 369 S. — Text : unmediated.