

В. В. Королева, Е. Е. Чикина, Ю. С. Иванова

## Иконический компонент креолизованного текста советских СМИ как способ реализации идеологических нарративов (на материале региональной газеты 20-х годов XX века Владимирской губернии «Красная молодежь»)

Медиатексты 20-х годов XX века владимирского регионального печатного издания «Красная молодежь» представляют собой креолизованные тексты, где реализуются вторичные нарративы официального политического дискурса. Совокупность невербальных, в том числе параграфических, средств обеспечивает наиболее эффективное пространственное моделирование дискурса для трансляции необходимых смыслов. Основная модель интерпретации идеологических нарративов в медиатекстах этого периода – создание вторичного нарратива «война», где важную роль играет ритмическая структура медиатекста, образованная параграфемами. Иконические компоненты креолизованного текста представляют собой полный спектр типов знаков, создавая сложную семиотическую систему с заданными нарративными схемами.

**Ключевые слова:** семиотика, параграфические средства, невербальная коммуникация, креолизованные тексты, медиалингвистика, когнитивно-дискурсивный анализ, нарративные схемы.

**Для цитирования:** Королева В. В., Чикина Е. Е., Иванова Ю. С. Иконический компонент креолизованного текста советских СМИ как способ реализации идеологических нарративов (на материале региональной газеты 20-х годов XX века Владимирской губернии «Красная молодежь») // Art Logos (искусство слова). – 2024. – № 1. – С. 160–175. DOI: 10.35231/25419803\_2024\_1\_160. EDN: SOLSVM

Реализация идеологических нарративов как способов формирования понимания фактов действительности всегда являлась одним из типичных признаков текстов СМИ. Совершенствование с течением десятилетий технических средств для подобной реализации порождало варьирование и расширение инструментария продвижения необходимых идеологем при неизменности самого феномена идеологического нарратива как базиса для конструирования медиатекстов.

Понятие медиатекста, как правило, прилагается к современным медиапродуктам, и подобные исследования часто связаны с анализом разнообразных технических аудиовизуальных компонентов медиатекстов, а также с анализом особенностей канала их передачи (см., например: [6]). Однако, в медиалингвистике существует понимание медиатекстов как многомерных и многоплановых феноменов, не обязательно включающих семиотические возможности радио, телевидения и интернета<sup>1</sup> [16]. Мы полагаем, что многомерность и многоплановость медиатекстов СМИ позволяет идентифицировать их как вид креолизованных текстов, по определению М. Б. Ворошиловой, представляющих собой «особый феномен, в котором вербальный и невербальный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функционирующее целое, что предполагает его комплексное прагматическое воздействие на адресата» [4]. Базовым признаком медиатекста в таком случае будет являться продвижение тех или иных идеологических или политических нарративов для массовой аудитории.

Поэтому целесообразным представляется, во-первых, понимать термины *медиатекст* и *креолизованный текст* по отношению к медиапродуктам как синонимы, а во-вторых, констатировать возможность приложения когнитивно-дискурсивной методики анализа современных медиатекстов к креолизованным текстам СМИ в любой исторический период развития журналистики.

Цель данной работы – рассмотреть арсенал невербальных инструментов продвижения идеологических нарративов в отечественных бумажных СМИ до наступления эпохи активного использования технических аудиовизуальных средств как иконического компонента медиатекста. Наиболее перспективным историческим периодом при этом представляется период становления советской власти, поскольку, с точки зрения прагматической направленности журналистики, именно это время характеризуется задачей тотального слома старого мировоззрения и формирования нового человека. Задача эта советским государством была, в первую очередь, возложена

<sup>1</sup> Корф О. В. Медиатекст как инструмент формирования дискурса в политическом конфликте (на примере конфликта 1994–1996 гг. в Чеченской республике): автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2009. 148 с.

на бумажные СМИ. Соответственно, в текстах СМИ этого периода должны максимально интенсивно реализовываться все доступные на тот момент невербальные средства продвижения идеологических нарративов.

### **Материалы и методы**

В качестве источника материала была выбрана газета «Красная молодежь», выходящая во владимирском регионе в 20-е годы XX века. Выбор периферийного издания обусловлен следующими соображениями.

Как указывают В. Н. Карпухина и Ю. В. Явинская, тексты СМИ вторичны по своей природе, поскольку интерпретируют уже существующий политический и идеологический дискурс [10, с. 45]. Таким образом, целесообразно говорить об актуализации в СМИ вторичных идеологических нарративов, представляющих собой переработку первичных нарративов в новом контексте<sup>1</sup>. Вторичность дискурса периферийных изданий в условиях нового контекста провинциального социума возникает не только вследствие интерпретации первичных идеологических нарративов официального политического дискурса, но и вследствие интерпретации дискурса центральных изданий. Происходит это, с одной стороны, сознательно как выполнение постановлений XI съезда партии (март 1922 г.) о провинциальных изданиях [5]. С другой стороны, создание «концепта текста», лежащего в основе любого дискурса, носит, по замечанию В. В. Красных, частично бессознательный характер [13]. Таким образом, дискурс советских периферийных СМИ представляет собой чрезвычайно интересный феномен реакции социума на спускаемые сверху идеологические нарративы. Поэтому когнитивно-дискурсивный анализ таких СМИ актуален для понимания концептосферы советского общества. Выбранный период 20-х годов XX века до сих пор практически не исследован лингвистами, чаще выбирающимися для анализа политического и газетного дискурса в первой половине XX века период 1917–1918 гг. или период коллективизации [14]<sup>2</sup>. Газета «Красная молодежь», орган

<sup>1</sup> Эйсмонт П. М., Грудева Е. В. Устный вторичный нарратив: проблемы усвоения // Вестник Череповецкого государственного университета. 2022. № 6 (111). Электронный ресурс. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ustnyy-vtorichnyy-narrativ-problemy-usvoeniya> (дата обращения: 26.07.2023).

<sup>2</sup> Волкова Е. П. Феномен «кулака» в советской печати периода коллективизации (1928–1932 гг.): признаки,

Владимирского Губкома Российского коммунистического союза молодежи, представляла собой типичное провинциальное издание. Ее первый номер вышел 20 июня 1919 года, последний – в 1929 году. Ведущее тематическое направление газеты «Красная молодежь» – описание жизни рабочих. В газете поощряли труд, тягу к знаниям и спорту, осуждали «лодырей», бездельников, пьяниц и т. п. Главная задача газеты – воспитание в молодежи лучших качеств гражданина СССР, пропаганда идей социализма, освещение политической ситуации в стране и мире, повествование о работе на заводах, о деятельности ячеек, о результатах выборов. Идеальный образ нового человека социалистического мира – добросовестный рабочий с атеистическими взглядами.

### Результаты

Для реализации своих идеологических задач издание использовало все имеющиеся в тот период в наличии вербальные и невербальные средства воздействия на читателя. Анализ невербальных средств показывает, что к ним относятся не только фотографии, рисунки и карикатуры, т. е. иллюстративный материал газеты, но и графические, а также пространственные способы оформления и развертывания креолизованного текста.

В современной научной литературе, в частности, в трудах по лингвистике и психологии, сложилось системное представление о графических невербальных средствах и использовании их в качестве мощного механизма воздействия на сознание человека [2; 7–9; 11; 19–20] и др.

В работах Л. Г. Фещенко [18], Ю. А. Сорокина [15], Е. Ф. Тарасова [3] и других исследователей описаны признаки, структура, коммуникативные функции креолизованного текста. А. А. Аникаева для изучения способа передачи информации при помощи графических средств невербальной коммуникации предлагает использовать термин параграфемика, к которому относит: знаки препинания, шрифтовые решения, возможности пространственно-плоскостного варьирования,

---

особенности культивирования и качественные изменения враждебного образа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2013. № 3. Электронный ресурс. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-kulaka-v-sovetskoj-pechati-perioda-kollektivizatsii-1928-1932-gg-priznaki-osobennosti-kultivirovaniya-i-kachestvennyye> (дата обращения: 29.07.2023).

а также неизменно сопутствующие им рисунки, схемы, графики, цветовое оформление [1]. Кроме того, выделяется ряд основных параграфемных понятий для анализа невербальных средств рекламы: синграфемика (выразительные возможности знаков препинания и пунктуационных комплексов), супраграфемика (возможности шрифтового выделения), топографемика (пространственно-плоскостное варьирование).

В первую очередь, необходимо обратить внимание на параграфические элементы организации развертывания креолизованного текста газеты в целом. Как представляется, важнейшее значение здесь имеет последовательность развертывания элементов дискурса. Порядок расположения рубрик следующий: внешняя политика, информация о деятельности молодежи, информация «По губернии», литературная страница, рубрика «Физкультура», материалы на разные темы (включая рубрику о пионерах, письма в редакцию и небольшие задачи на сообразительность). Этот порядок показывает иерархию вербализуемых нарративов. Новый человек – это, в первую очередь, деятельный участник мировой революции, приобщенность к которой – его необходимое качество, далее идет преобразовательная деятельность молодежи в отношении социума губернии, создания нового быта, а завершает список приоритетов личностное развитие отдельно взятого индивидуума.

Кроме этого, показательно пространственно-плоскостное расположение отдельных материалов газеты. Если на одном листе расположено несколько заметок, то по отношению друг к другу они ориентированы горизонтально. Подобное расположение полностью соответствует развертыванию связного единого текста, что выполняет текстообразующую функцию, способствуя восприятию газетного номера как единого цельного и последовательного сюжета. Эта же закономерность наблюдается и в пространственной ориентации иллюстраций. Если в них концептуально выделяются два элемента, то они ориентированы горизонтально относительно друг друга (рис. 1).

При этом направление развертывания рисунка может, как в указанном выше примере, задавать направление движения, необходимую цель воздействия. Но может наблюдаться и другая ситуация (рис. 2).



Рис. 1. Пространственно-плоскостное расположение материалов газеты



Рис. 2. Горизонтальное пространственное развертывание материалов

Для рисунка характерна актуализация иерархических отношений посредством горизонтального пространственного развертывания. В приведенном рисунке в левой части расположено фабричное здание, а в правой части – рабочий за станком. Таким образом, рабочий – это часть производственного целого, его сила – в сопричастности к некоей социальной группе. Используя такую форму, авторы газеты не только графически выделяли рубрику, но и вербализовали концепт «молодежь», где понятия *рабочий* и *завод* – важные иерархически выстроенные элементы.

При использовании на одной странице общей тематической маркировки нескольких заметок эта информация часто растягивается горизонтально на всю длину страницы. Иконически такое пространственное расположение соответствует транспарантам на демонстрации, которые были ориентированы горизонтально и охватывали всю ширину колонны. Подобный прием также усиливает воздействие на читателей.

Для усиления воздействия вербальных нарративов в семиотической системе газетного номера применяется

система знаков и индексов, включающая следующие элементы: шрифтовые выделения в тексте и использование типографских знаков.

Рассмотрим функции приема выделения полужирным шрифтом фрагментов текста.

\* Определение смысловых центров. Для понимания сути статьи достаточно было только прочесть эти выделенные места. Они, как правило, имели яркий призывный характер. Например, 2 июля 1927 г. в статье «Быть начеку!» выделены предложения, которые, по мнению автора, наиболее важны: «Мы можем обеспечить себе мирное строительство наших фабрик и заводов и дальнейший рост Советского Союза только **лишь крепя нашу промышленность и одновременно укрепляя нашу военную мощь**» (примеры здесь и далее в тексте приводятся из газеты «Красная молодежь» за 1927 год с указанием в скобках номера газеты и страницы расположения материала. – В. К.) (№ 23, с. 1) (рис. 3).



Рис. 3. Пример выделения текста полужирным шрифтом

24 февраля 1927 года в рубрике «Молодежь на производстве» выходит заметка В. Горина «Папка фактов», в которой автор создает тезисный план заметки, обращая наше внимание на ключевые понятия: «Что приступили, это хорошо. Но плохо то, что мы **не собираем эти факты конкретной работы и их не обобщаем**» (№ 8, с. 2). Призывы к конкретному действию звучат в предпоследнем абзаце: «Много в ячейках конкретных дел. Инициатива прет. Задача заключается лишь в том, чтобы **эту инициативу конкретизировать, ценить, обобщать и распространять**, как опыт» (№ 8, с. 2).

\* Выражение крайнего возмущения, негодования. Пример: «Мы не коммунисты, а тряпичники, **пока мы молча терпим такие фабрики!**» (№ 8, с. 2).

\* Персонализация. Пример: «Второй приз – чайный сервиз – получил рабочий **Ушаков**» (№ 8, с. 2).

\* Призыв к действию. В материале «Наказ комсомолке» с подзаголовком «к международному дню работниц» журнал в тексте призывает девушек учиться, быть энергичными и трудиться на благо страны: «Но мы собрались говорить не только об успехах. Наше слово не только о комсомолке, но и о ее задачах. **Слушай, комсомолка!**», «**Комсомолки на борьбу с безграмотностью и малограмотностью!**» – этот лозунг, как заповедь должен быть самым популярным среди комсомолок» (№ 8, с. 2).

Укажем и на возможности использования типографских знаков. Нами обнаружен типографский знак «астеризм», в котором звездочки располагаются в виде треугольника острым концом вниз. Функция этого знака – графическое выделение для привлечения внимания к выводу статьи.

Однако, не менее важное значение невербальные элементы медиатекста приобретают для поддержки вербальных нарративов. Разумеется, на иллюстрациях и фотографиях рассматриваемого печатного издания во множестве наблюдаются символы и типичные нарративные схемы эпохи – передовая молодежь, фабричное производство, кооперация, библиотеки и клубы, забастовки и столкновения с полицией и фашиствующими элементами за границей и т. д. Причем, появление того или иного визуализированного объекта находится в прямом соответствии с содержанием конкретной статьи. Гораздо перспективнее представляется анализ невербальных элементов с непрямой метафорической связью с вербализуемыми нарративами.

Анализ номеров «Красной молодежи» показывает, что базовые идеологические нарративы данного печатного издания – мировая революция, построение нового общества и формирование нового социалистического человека. А для их дискурсивного развертывания используется один и тот же концепт – «война». Война, борьба с противником – это единственный путь достижения поставленных целей. И невербальные средства актуализации этого концепта усиливают его вербальные элементы, актуализирующиеся на страницах газеты «Красная молодежь». Лексемы *война, борьба враг*

уничтожить, фронт, беспощадно разбить, никакого места примиренчеству и т. д. чрезвычайно частотны и в заголовках, и в текстах статей.

Рассмотрим, какие невербальные элементы этого концепта используются в семиотической системе медиатекстов «Красной молодежи». Это такие элементы концепта, как «штыковой и рукопашный бой» и оппозиция «свой» – «чужой». Они используются в карикатурах, иллюстрирующих борьбу с врагом (рис. 4).



Рис. 4. Карикатура, иллюстрирующая борьбу с врагом

Иконические символы в газете – это прямые линии и острые углы, относящиеся к «нашим» на изображениях, и плавные, округлые линии, характерные для изображения врагов. Кроме этого, такое противопоставление линий задает следующие нарративные схемы.

\* Нетерпимость и бескомпромиссное отношение к врагу, характерные для «наших». Иногда подобное явление наблюдается и в изображениях без противопоставления «свой – чужой». Например, в изображении возникают прямые линии, изображающие дым из фабричных труб, символизирующие бескомпромиссность рабочего класса в достижении своих целей (рис. 2).

\* Уверенность в победе над врагом. Этому способствуют округлые линии силуэтов врагов в отличие от прямых линий силуэтов «наших» (см. рисунки выше). Враг обречен на поражение

ние, потому что он слаб перед лицом прогрессивной молодежи. Его слабость передают плавные линии как иконические знаки.

\* Союзники в борьбе. Грядущая победа обусловлена также тем, что сражающиеся комсомольцы не одиноки. Во-первых, за ними стоит сила иерархической организации союза коммунистической молодежи. Проанализированная выше в изображении (см. рис. 1–2) модель реализации с помощью пространственных элементов развертывания дискурса значения причастности к определенной социальной группе получает в рамках конкретной нарративной схемы смысловой посыл принадлежности к победоносному войску.

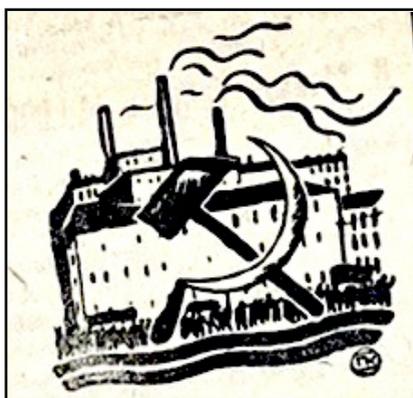


Рис. 5. Пример невербальной реализации нарратива

Однако союзники у комсомольцев есть не только внутри страны, но и во всем мире, что входит в идеологический нарратив о мировой революции. Данный нарратив реализуется не только вербально. Выше уже упоминалось, что рубрика зарубежных событий – первая в нарративной схеме развертывания сюжета номера. Связано это с особенностями интерпретации нарратива о мировой революции. Борьба наших товарищей за рубежом и наша война за новый быт и нового человека – это две стороны одного социально-культурного феномена, которые неотделимы друг от друга. Поэтому абсолютно естественно и логично в нарративной схеме газетного номера возникают, например, такие парадоксально-нелепые

на взгляд современного человека фразы, как «Заметка для рабкоров была оскорбительной и вообще вредной, как для Собинки (город Владимирской губернии. – прим. авт.), так и для мировой революции» (№ 8, с. 2).

Невербальная реализация нарратива о единстве мировой революции и владимирских комсомольцев наблюдается также на рисунке 5.

Данный рисунок представляет собой отсылку к прецедентному феномену – гербу Советского Союза, причем, символ «серп и молот» на гербе СССР одновременно являлся символом III Интернационала, т. е. международной борьбы рабочих за мировую революцию. Но в медиатексте газетного номера данный рисунок иллюстрирует статью «Наши успехи. Увеличили выработку, снизили брак, сократили прогулы».



Рис. 6. Пример колонок, разделенных вертикальными линиями

\* Скоординированность в борьбе. Для победы над внутренним и внешним врагом необходима строгая координация, синхронность действий, поэтому иконические компоненты медиатекстов исследуемого печатного издания создают

четкий ритм креолизованного текста. Здесь необходимо отметить, что отдельные элементы ритмической организации текста сами по себе универсальны и не связаны с конкретными нарративными схемами. Но внутри заданного нарративного контекста они неизбежно в него включаются. К таким элементам относятся как пунктуационные стилистические знаки текста (восклицательные знаки, вопросительные знаки, многоточия, точки после заголовков), применяемые в целях графической акцентуализации текста, так и технические способы ритмической организации текста (вертикальные линии, отделяющие колонки текста друг от друга) (рис. 6).

Эти линии в нарративном контексте номера становятся иконическими знаками равномерных шагов, совпадающих по направлению с горизонтальным направлением развертывания дискурса медиатекста.

Вертикальной ориентации текста помогли и многочисленные восклицательные знаки как в заголовках, так и в текстах статей: «Довольно терпеть!»; «Да здравствует международный день молодежи – 5 сентября!»; «Мы не коммунисты, а тряпичники, пока мы молча терпим такие фабрики!»; «Но мы собрались говорить не только об успехах. Наше слово не только о комсомолке, но и о ее задачах. Слушай, комсомолка!» Знаки соответствуют ориентации линий, отделяющих колонки друг от друга, и усиливают эффект строгого ритма медиатекста.

Вопросительные знаки в креолизованных текстах газетных номеров, как правило, вводят риторические вопросы: «Почему необходима чистка комсомола?», «Черная доска отсталых фабрик ... где она? Ее нет!», «Как ... должны мы относиться к ним?» (№ 8, с. 2).

Многоточия замедляют темп развертывания дискурса, но в данном случае важно то, что они являются сигналом для самостоятельного размышления во время паузы и это время и место синхронно активизируется у всех читателей, например: «Эх Вы... Скубенты!», «накупили все билетов и ... "Согрелили!"»

Точки после заголовков статей, являясь требованием орфографических правил того периода, в общем нарративном контексте креолизованного текста газетного номера также создавали эффект строгой ритмической организации медиатекста.

К стилистической функции привлечения внимания читателя в нарративном контексте медиатекста, опирающегося на концепт «война», добавляется и семиотическая нагрузка. После таких вопросов следует аргументация позиции автора или разоблачение врагов нового общества, поэтому знак вопроса после риторического вопроса является знаком-символом начала атаки, в данном случае вербальной.

### **Обсуждение и выводы**

Подводя итоги нашего исследования, необходимо отметить, что невербальные иконические элементы креолизованного текста печатных СМИ 20-х годов XX века играют важнейшую роль в развертывании дискурса медиатекста. Во-первых, они обеспечивают его наиболее эффективную пространственную организацию для восприятия читателем необходимых идеологических нарративов. Во-вторых, в общем нарративном контексте, базирующемся на реализации концепта «война», иконические элементы способствуют интерпретации официальных политических нарративов о мировой революции, формировании нового человека и построении нового быта в понятиях борьбы, уничтожения врага, единства борьбы с союзниками, строгой координации боевых действий. Таким образом, очевидна явная тенденция к созданию вторичного «военного» нарратива в результате интерпретации в местных СМИ официального политического дискурса.

Как представляется, исследование вторичных нарративов СМИ на базе исходного политического дискурса открывает перспективы эффективного анализа особенностей функционирования национальной концептосферы в заданных социально-культурных исторических обстоятельствах.

### **Список литературы**

1. Аникаева А. А. Сущность графических невербальных средств в печатной рекламе // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. – 2011. – № 12 (107). – С. 186–191. EDN: PETHRF
2. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 153 с.
3. Вашунина И. В., Матвеев М. О., Нистратов А. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованный текст: смысловое восприятие: коллективная монография. – М.: Ин-т языкознания РАН, 2020. – 205 с.

4. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: принцип целостности или принцип заменяемости // Политическая лингвистика. – 2013. – № 4.
5. Гурьев А. И. Как закалялся агитпроп. – М.: Академика, 2011. – 432 с. EDN: QPSZMD
6. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 263 с.
7. Журавлев А. П. Символическое значение языкового знака // Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолингвистики. – М.: Наука, 1972. – С. 81–104.
8. Зенкова А. Ю. Визуальная метафора в социально-политическом дискурсе: методологический аспект // Многообразии политического дискурса. – Екатеринбург, 2004. – С. 39–54.
9. Каменская О. Л. Лингвистика на пороге XXI века // Лингвистические маргиналии. – М., 1996. – 185 с.
10. Карпухина В. Н., Явинская Ю. В. Вторичный нарратив: проблемы реинтерпретации нарратива в новом контексте // Языки и литература в поликультурном пространстве. – 2019. – № 5. – С. 41–49.
11. Колшанский Г. В. Паралингвистика. 2-е издание. – М.: КомКнига, 2005. – 96 с.
12. Красная молодежь. – 1927. – № 1–8.
13. Красных В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникацию. – М.: Гнозис, 2001. – 270 с. EDN: QXPHJ
14. Питерцев А. М., Попова Л. В. Идеологические концепты в официальном языке СССР 1917–1918 годов // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. – 2019. – № 1 (15). – С. 78–81.
15. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 180–186. EDN: ULIMYY
16. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. – Ростов н/Д, 2001. – 708 с.
17. Федорова С. В. Визуализация как ведущая тенденция развития СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 7 (37): в 2-х ч. – Ч. II. – С. 189–191. EDN: SEKPYX
18. Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста. Учебно-практическое пособие. – СПб.: Петербургский институт печати, 2003. – 232 с.
19. Harris Z. Methods in Structural Linguistics. – Chicago: University of Chicago Press, 1951. – 408 p.
20. Hill A. Introduction to Linguistic Structures. – New York: Harcourt, Brace, 1958. – 520 p.

**Личный вклад соавторов**  
Personal co-authors contribution  
40/50/10 %

Vera V. Koroleva, Elena E. Chikina, Julia S. Ivanova

## The Iconic Component of the Creolized Text of the Soviet Media as a Way of Implementing Ideological Narratives (Based on the Material of the Regional Newspaper of the 20s of the XX century of the Vladimir Province "Red Youth")

The media texts of the 20s of the twentieth century of the Vladimir regional print edition "Red Youth" are creolized texts where secondary narratives of official political discourse are realized. The combination of nonverbal, including paragraphemic tools provides

the most effective spatial modeling of discourse for the transfer of the necessary meanings. The main model of interpretation of ideological narratives in media texts of this period is the creation of a secondary narrative "war", where the rhythmic structure of the media text formed by paragraphemic tools plays an important role. The iconic components of the creolized text represent a full range of types of signs, creating a complex semiotic system with specified narrative schemes.

**Key words:** semiotics, paragraphemic tools, nonverbal communication, creolized texts, media linguistics, cognitive discourse analysis, narrative schemes.

**For citation:** Koroleva, V. V., Chikina, E. E., Ivanova, Yu. S. (2024) Ikonicheskiy komponent kreolizovannogo teksta sovetskix SMI kak sposob realizacii ideologicheskix narrativov (na materiale regional'noj gazety' 20-x godov XX veka Vladimirskoj gubernii «Krasnaya molodezh'») [The Iconic Component of the Creolized Text of the Soviet Media as a Way of Implementing Ideological Narratives (Based on the Material of the Regional Newspaper of the 20s of the XX century of the Vladimir Province "Red Youth")]. *Art Logos - The Art of Word*. No. 1. Pp. 160–175. (In Russian). DOI: 10.35231/25419803\_2024\_1\_160. EDN: SOLSVM

## References

1. Anikaeva, A. A. (2011) Sushchnost' graficheskix neverbal'nyh sredstv v pechatnoj reklame [The essence of graphic non-verbal means in print advertising]. *Nauchnye vedomosti. Seriya Gumanitarnye nauki – Scientific bulletins. Series Humanities*. No. 12 (107). Pp. 186–191. EDN: PETJRF. (In Russian).
2. Berezin, V. M. (2003) *Massovaya kommunikaciya: sushchnost', kanaly, dejstviya* [Mass communication: essence, channels, actions]. Moscow: RIP-holding. (In Russian).
3. Vashunina, I. V., Matveev, M. O., Nistratov, A. A., Tarasov, E. F. (2020) *Kreolizovannyj tekst: smyslovoe vospriyatie: kollektivnaya monografiya* [Creolized text: semantic perception: collective monograph]. Moscow: In-tazykoznanija RAN. (In Russian).
4. Voroshilova, M. B. (2013) Kreolizovannyj tekst: princip celostnosti ili princip. zamenyaemosti [Creolized text: the principle of integrity or the principle of replaceability]. *Politicheskaya lingvistika – Political linguistics*. No. 4. (In Russian).
5. Gur'ev, A. I. (2011) *Kak zakalyalsya agitprop* [How agitprop was tempered]. Moscow: Akademika Publ. EDN: QPSZMD. (In Russian).
6. Dobrosklonskaya, T. G. (2008) *Medialingvistika: sistemnyj podhod k izucheniyu yazyka SMI* [Media linguistics: a systematic approach to the study of the language of the media]. Moscow: Flinta: Nauka Publ. (In Russian).
7. ZHuravlev, A. P. (1972) Simvolicheskoe znachenie yazykovogo znaka [Symbolic meaning of a linguistic sign]. *Rechevoe vozdeystvie. Problemy prikladnoj psiholingvistiki* [Speech influence. Problems of applied psycholinguistics]. Moscow: Nauka Publ. Pp. 81–104. (In Russian).
8. Zenkova, A. YU. (2004) Vizual'naya metafora v social'no-politicheskom diskurse: metodologicheskij aspekt [Visual metaphor in socio-political discourse: methodological aspect]. *Mnogoobrazie politicheskogo diskursa* [Diversity of political discourse]. Ekaterinburg. Pp. 39–54. (In Russian).
9. Kamenskaya, O. L. (1996) Lingvistika na poroge HKHI veka [Linguistics on the threshold of the 21st century]. *Lingvisticheskie marginalia* [Linguistic marginalia]. Moscow. (In Russian).
10. Karpuhina, V. N., YAvinskaya, YU. V. (2019) Vtorichnyj narrativ: problemy reinterpretacii narrativa v novom kontekste [YAvinskaya Yu. V. Secondary narrative: problems of reinterpretation of narrative in a new context]. *Yazyki i literatura v polikul'turnom prostranstve – Languages and literature in a multicultural space*. No. 5. Pp. 41–49. (In Russian).
11. Kolshanskij, G. V. (2005) *Paralingvistika* [Paralinguistics]. 2-e izd. Moscow: KomKniga. (In Russian).
12. *Krasnaya molodezh' (1927)* [Red youth]. № 1–8. (In Russian).
13. Krasnyh, V. V. (2001) *Osnovy psiholingvistiki i teorii kommunikaciyu* [Fundamentals of psycholinguistics and communication theory]. Moscow: Gnozis Publ. EDN: QXPHEJ. (In Russian).
14. Pitercev, A. M., Popova, L. V. (2019) Ideologicheskie koncepty v oficial'nom yazyke SSSR 1917–1918 godov [Ideological concepts in the official language of the USSR in 1917–1918]. *Tradicionnye nacional'no-kul'turnye i duhovnye cennosti kak fundament innovacionnogo razvitiya Rossii – Traditional national-cultural and spiritual values as the foundation of innovative development of Russia*. No. 1 (15). Pp. 78–81. (In Russian).

15. Sorokin, YU. A., Tarasov, E. F. (1990) Kreolizovannye teksty i ih kommunikativnaya funkciya [Creolized texts and their communicative function]. *Optimizaciya rechevogo vozdejstviya* [Optimization of speech influence]. Moscow. Pp. 180–186. EDN: ULIMYY. (In Russian).

16. Fedorov, A. V. (2001) *Mediaobrazovanie: istoriya, teoriya i metodika* [Media education: history, theory and methodology]. Rostov n/D. (In Russian).

17. Fedorova, S. V. (2014) Vizualizaciya kak vedushchaya tendenciya razvitiya SMI [Visualization as a leading trend in media development]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philological Sciences. Questions of theory and practice*. No. 7 (37). Part II. Pp. 189–191. EDN: SEKPYX. (In Russian).

18. Feshchenko, L. G. (2003) *Struktura reklamnogo teksta. Uchebno-prakticheskoe posobie*. St. Petersburg: Peterburgskij institut pečati. (In Russian).

19. Harris, Z. (1951) *Methods in Structural Linguistics*. Chicago: University of Chicago Press.

20. Hill, A. (1958) *Introduction to Linguistic Structures*. New York: Harcourt, Brace.

### Об авторах

**Королева Вера Владимировна**, заведующая кафедрой второго иностранного языка и методики обучения иностранным языкам Владимирского государственного университета им. братьев Александра и Николая Столетовых доктор филологических наук, доцент (г. Владимир, Российская Федерация); e-mail: queenvera@yandex.ru; ORCID ID: 0000-0002-7608-9772

**Чикина Елена Евгеньевна**, доцент Владимирского государственного университета им. братьев Александра и Николая Столетовых (г. Владимир, Российская Федерация); e-mail: despoyna@mail.ru; ORCID ID: 0000-0003-3000-7804

**Иванова Юлия Сергеевна**, независимый исследователь (г. Владимир, Российская Федерация); e-mail: breadwithpain@yandex.ru; ORCID ID: 0009-0006-8718-4579

### About the authors

**Koroleva Vera V.**, Head of the Department of the Second Foreign Language and Methods of Teaching Foreign Languages, Vladimir State University n.a. Alexander and Nikolay Stoletovs, Doctor of Philology, Assistant Professor (Vladimir, Russian Federation); e-mail: queenvera@yandex.ru; ORCID ID: 0000-0002-7608-9772

**Chikina Elena E.**, Associate Professor, Vladimir State University n.a. Alexander and Nikolay Stoletovs, PhD in Philology (Vladimir, Russian Federation); e-mail: despoyna@mail.ru; ORCID ID: 0000-0003-3000-7804

**Ivanova Julia S.**, Independent Researcher (Vladimir, Russian Federation); e-mail: breadwithpain@yandex.ru; ORCID ID: 0009-0006-8718-4579

дата получения: 02.10.2023 г.  
дата принятия: 30.11.2023 г.  
дата публикации: 30.03.2024 г.

date of receiving: 02 October 2023  
date of acceptance: 30 November 2023  
date of publication: 30 March 2024