© 2024. Сергеева М. М., Синегубова К. В.

Check for updates

Статья распространяется на условиях международной лицензии CC BY 4.0

оригинальная статья https://elibrary.ru/owpopb

Способы аттракции в печатном и цифровом формате журнала «Дилетант»

Сергеева Мария Михайловна
Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово
Синегубова Капиталина Валерьевна
Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово
https://orcid.org/0000-0002-3917-1304
sinegubova@nextmail.ru

Аннотация: В статье приводятся результаты сопоставления печатной версии ежемесячного научно-популярного журнала «Дилетант» и его интернет-сайта. Целью работы является определение предпочтительных способов аттракции в традиционных печатных СМИ и в цифровой среде. Выявлено, что печатная версия журнала «Дилетант» привлекает читателя в первую очередь главной темой номера, которая представлена на обложке не только анонсом, но и уникальным креолизованным текстом. Семантика фронтального медиатекста «Дилетанта», как правило, интригует читателя отдельными аспектами главной темы номера. Цветовые акценты на страницах номера привлекают внимание читателя не только к блоку тематических материалов, но и к другим публикациям и постоянным рубрикам. При сравнении печатной версии журнала с интернет-версией выявлены существенные различия в использовании аттрактивных средств. Сайт журнала является менее ярким, чем печатная версия, использует минимум анимации и не содержит видео- и аудиоматериалов. Аттрактивную функцию выполняют иллюстрации и подзаголовки, как и в печатной версии. Специфической формой привлечения внимания пользователей сайта является интерактивность, а именно навигация и тесты, другие формы интерактивности, такие как комментарии, форум, лайки, не используются. В совокупности ограниченное использование средств привлечения внимания выделяет сайт «Дилетанта» среди других интернет-ресурсов и не позволяет ему конкурировать с печатной версией журнала.
Ключевые слова: интернет-коммуникации, обложка, медиатекст, гипертекст, креолизация, поликодовый текст, креолизованный текст, визуальное оформление

Цитирование: Сергеева М. М., Синегубова К. В. Способы аттракции в печатном и цифровом формате журнала «Дилетант». *Виртуальная коммуникация и социальные сети.* 2024. Т. 3. № 1. С. 23–30. https://doi.org/10.21603/2782-4799-2024-3-1-23-30

Поступила 16.02.2024. Принята после рецензирования 18.03.2024. Принята в печать 18.03.2024.

This article is distributed under the terms of the CC BY 4.0 International License

full article

Attraction Methods in Paper vs. Online *Diletant* Magazine

Maria M. Sergeeva
Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
Kapitalina V. Sinegubova
Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
https://orcid.org/0000-0002-3917-1304
sinegubova@nextmail.ru

Abstract: The article introduces attraction marketing methods employed by Russian monthly popular science magazine *Diletant*. The authors compared the printed version and the website. The paper magazine attracts the reader mainly by the topic name printed on its cover as a unique creolized text. The further semantics of the front media text includes various aspects of the main topic. Color highlights both topical issue and regular features. The comparative analysis with the online version revealed some significant differences. The website has a muted color scheme and minimal animation; it contains neither video nor audio materials. Like in the printed version, the function of attraction belongs mainly to illustrations and subtitles. Online *Diletant* is interactive in navigation, tests,

and surveys, which are, however, the only form of interactivity: the site does not provide comments, forums, "likes", etc. Such limited use of attention-seeking tools makes the digital version of *Diletant* uncompetitive and inferior to its paper issue.

Keywords: Internet communications, cover, media text, hypertext, creolization, polycode text, creolized text, visual design

Citation: Sergeeva M. M., Sinegubova K. V. Attraction Methods in Paper vs. Online *Diletant* Magazine. *Virtual Communication and Social Networks*, 2024, 3(1): 23–30. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2782-4799-2024-3-1-23-30

Received 16 Feb 2024. Accepted after peer review 18 Mar 2024. Accepted for publication 18 Mar 2024.

Введение

В условиях быстрой коммуникации и жесткой конкуренции как перед традиционными, так и перед мультимедийными средствами массовой информации стоит непростая задача – им необходимо привлечь внимание аудитории, которая за ограниченное время просматривает большое количество сообщений на разные темы. Известно, что люди чаще обращают внимание на легкочитаемые тексты с ярким визуалом [Поварницына 2015; Титлова, Моисеева 2019; Liu et al. 2022]; визуальные акценты активно используются изданиями для привлечения аудитории. Каждая обложка приглашает читателя купить конкретный номер на основании опубликованной истории и позиции, которую редакторы выражают по этому поводу [Tseronis 2021: 374]. Е. А. Зверева считает иллюстрирование ключевым средством визуализации: «грамотно поданная иллюстрация позволяет одновременно увеличить информационный поток и адаптировать его под медиапотребителя» [Зверева 2018: 23].

В то же время исследователи современного медиапространства отмечают, что «оптическая перенасыщенность визуального пространства в непрерывном и тотальном потоке зрительных образов затрудняет возможность выделения отдельных визуальных сообщений» [Кардапольцева, Салмин 2018: 54]. Это противоречие обусловливает актуальность исследования иллюстрированных и поликодовых текстов ввиду их значимости в современной коммуникации, в частности *визуальной* [Шевченко 2013: 180].

Под поликодовым текстом понимается текст, построенный «на соединении в едином пространстве семиотически гетерогенных составляющих – вербального текста в устной или письменной форме, изображения, а также знаков иной природы» [Сонин 2005: 117]. Несмотря на то что поликодовый текст может включать знаки любых семиотических систем [Цзоу 2020: 295], чаще всего предметом внимания в медиаисследованиях становятся тексты, сочетающие в себе знаки естественного языка (вербальный компонент) и иконические знаки (изображения, невербальный компонент). Таким образом, текст и изображение воспринимаются как исследователями, так и аудиторией не автономно друг от друга, а как составляющие одного целого [Проскурин 2010].

Невербалика в процессе коммуникации обладает высокой информационной емкостью, т. к. аудитория быстро схватывает суть иконической информации, а сообщение приобретает меньший объем и при этом не лишается смыслового компонента. Соответственно, исследователи отмечают, что невербальная составляющая вытесняет вербальную [Поварницына 2015]. Однако этот процесс не является линейным – изображение не только и не столько вытесняет текст, сколько вступает с ним во взаимодействие, создавая новые смыслы. Как отмечает О. С. Иссерс, «дискурсивные практики современного социума демонстрируют богатые возможности взаимодействия различных семиотических систем и кодов» [Иссерс 2021: 200].

Наряду с понятием поликодового текста также широко используется термин *креолизованный текст*. К примеру, Ю. А. Сорокин и Е. Ф. Тарасов определяют креолизованный текст как «текст, фактура которого состоит из двух негомогенных частей – вербальной (языковой / речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [Сорокин, Тарасов 1990: 180]. Легко увидеть, что в этом случае креолизованный текст синонимичен поликодовому. Однако если понятие поликодовости предполагает только присутствие двух разнородных частей в одном пространстве, то креолизация заключается в возникновении связи между ними.

Е. Е. Анисимова в зависимости от наличия изображения и характера его связи с вербальной частью

выделяет тексты с *нулевой*, *частичной* и *полной* креолизацией. В последнем случае семантические связи между вербальным и иконическим компонентами наиболее сильны: «вне соотнесения вербального компонента с иконическим креолизованный текст становится дефектным, не может быть правильно понят, адекватно интерпретирован адресатом» [Анисимова 2003: 19]. Таким образом, полная, частичная или нулевая креолизация является одной из характеристик поликодового текста.

Новизна настоящего исследования заключается в соотнесении двух типов поликодового текста: иллюстрированного ежемесячного журнала «Дилетант» и интернет-сайта издания, чье наполнение также изменяется каждый месяц. Возможность сопоставительного исследования обусловлена процессами, которые происходят в последние десятилетия в российской периодике. Как отмечают Е. А. Зверева и В. В. Бирюкова, на современном медиарынке наметился постепенный переход к новому конвергентному потреблению журнальной продукции, которой присущи характеристики многоканальности, мультимедийности и интерактивности. Формирование новой медиареальности стимулирует появление инструментов обратной связи (комментарии, форумы, опросы, социальные сети и др.), ранее недоступных для бумажных изданий [Зверева 2018; Зверева, Бирюкова 2018]. Стоит отметить, что сопоставление печатной версии издания и его интернет-сайта уже становилось предметом научного исследования [Круглова 2016; Полякова 2022].

Описанные тенденции возникают в рамках конкурентной борьбы изданий за потребителя, соответственно, аттрактивные возможноси поликодовых текстов могут иметь прикладное значение.

Цель данной работы заключается в выявлении способов аттракции, которые используются в традиционном печатном журнале и в его цифровой версии.

Методы и материалы

Материалом исследования являются номера российского научно-популярного журнала «Дилетант» за январь-июль 2023 г. и материалы с сайта издания[1] за этот же период. Данный журнал издается с 2011 г. и публикует материалы о российской и мировой истории и культуре. Издание позиционируется как журнал для семейного чтения, восприятие материалов не требует от читателя специальной подготовки. Сайт журнала всегда представляет именно свежий выпуск: каждый месяц главная страница сайта полностью обновляется.

В рамках сопоставительного подхода при анализе эмпирического материала используется метод анализа полимодального текста, предложенный в монографии О. С. Иссерс «Дискурсивные практики нашего времени» [Иссерс 2021], метод анализа креолизованного текста, разработанный в труде Е. Е. Анисимовой [Анисимова 2003], и метод анализа журнальных обложек, представленный в исследовании W. Czachur, R. Opiłowski, M. Smykała [Czachur et al. 2022].

Результаты

Главная страница интернет-сайта издания и обложка журнала выполняют функции фронтального медиатекста – привлекают внимание до того, как читатель ознакомится с содержанием номера. А. А. Кравченко пишет о «таблоидности» данного журнала, поскольку его обложка выполняет аттрактивную функцию за счет ярких цветов, центричности иллюстрации на обложке и ее злободневности [Кравченко 2021].

Печатная версия

Рассмотрим обложку бумажной версии журнала «Дилетант», значительный объем которой занимает рисунок или фотография с небольшими подписями, иллюстрирующими главную тему номера. Так, главной темой февральского номера 2023 г. стала Северная война, поэтому на обложке журнала размещен фотомонтаж, на первом плане которого актер Д. Золотухин в роли Петра I, а на втором – картина, изображающая морское сражение. Текстовая врезка *Возвращаю территории. Пётр*, размещенная в правом нижнем углу обложки и набранная жирным белым шрифтом, считывается как реплика изображенного персонажа. Без узнаваемого образа эта реплика не имела бы смысла, поэтому перед нами пример полной креолизации, которая выполняет аттрактивную функцию.

Июньский номер 2023 г. был посвящен личности Г. А. Потёмкина и его роли в истории. На обложке представлен монтаж, объединяющий портреты Екатерины II (художник Ф. Рокотов) и Г. А. Потёмкина (неизвестный художник). Персонажи размещены очень близко и как будто смотрят друг

[1] Дилетант. URL: https://diletant.media/ (дата обращения: 02.02.2024).

на друга. Монтажный принцип создания обложки не скрывается, а подчеркивается благодаря добавлению рисованного изображению амура со стрелой. Текст *Потёмкин: от вахмистра до соправителя*, иллюстрирующий тему номера, также набран белым шрифтом, однако в данном случае креолизация частичная, т. к. вербальная часть понятна и без визуального сопровождения.

Обратим внимание на то, что тема апрельского номера, посвященного приходу А. Гитлера к власти, сформулирована синтаксически идентично: *Из ефрейторов в фюрер*ы. Однако эта формулировка размещена на развороте с содержанием, в то время как на обложку вынесена другая формулировка, акцентирующая внимание не на карьерном росте героя, а на трагедии Германии: *Посвящение в катастрофу*. Обложка проиллюстрирована фотографией рукопожатия А. Гитлера и П. фон Гинденбурга в так называемый День Потсдама 21 марта 1933 г. В данном случае перед нами снова фотомонтаж: фигуры героев вырезаны из оригинальной фотографии и размещены на фоне Бранденбургских ворот, за счет чего в центре обложки возникает пустота. Фигура А. Гитлера черно-белая, как и на оригинальной фотографии, в то время как президент П. фон Гинденбург одет в зеленый мундир с красной лентой и золотыми звездами. При обработке фотографии художник «снял» с президента головной убор и добавил блик, за счет чего седая голова П. фон Гинденбурга стала самым светлым пятном на обложке. С учетом того, что взгляд при восприятии изображения движется слева направо, очевидно, что смысловым центром данного изображения является президент, олицетворяющий более яркую и светлую Германию периода Веймарской республики.

Таким образом, издатели журнала используют монтаж, чтобы привлечь внимание к главному объекту на обложке или создать связь между разными объектами. Активно используется контраст между цветными и черно-белыми объектами, причем выделяться может как цветная фигура на черно-белом или блеклом фоне, так и черно-белая фигура на цветном фоне. Изображения на обложке различаются по своей композиции: в рассматриваемый нами период на 5 из 7 обложек изображен поплечный портрет одного человека, однако в других случаях возможно изображение группы людей и даже карикатуры. В то же время многие глянцевые журналы стабильно используют один и тот же ракурс модели.

При значительном разнообразии изображений легкой идентификации журнала способствует постоянная верстка. Оформление строится по определенным принципам, соблюдаемым и узнаваемым в каждом печатном номере. Название журнала всегда набрано одним и тем же шрифтом с перевернутой буквой «Д» и всегда расположено в одном и том же месте обложки. В некоторых случаях название журнала частично скрыто головой персонажа (номера за февраль, май, июнь, июль 2023 г.). Еще одним узнаваемым элементом обложки является блок в верхней части, который содержит анонсы материалов, не имеющих отношения в главной теме номера.

Если основное изображение и вербальное обозначение главной темы номера вступают в отношения полной или частичной креолизации, то заголовки и анонсы в верхнем блоке воспринимаются как автономные, что подчеркивается ярким желтым цветом этого блока. Обложка журнала, которая является фронтальным медиатекстом, передает потенциальному читателю сразу несколько сообщений о содержании номера и демонстрирует информационную повестку месяца. Центральное изображение с подписью на обложке журнала «Дилетант» выполняет аттрактивную и информативную функции, а верхний желтый блок – информативную и репрезентативную.

Аттрактивность бумажной версии заключается не только в обложке, но и в содержании номера. Страницы журнала обладают богатым цветовым разнообразием, кроме того, благодаря цвету расставляются некоторые акценты. Открывая журнал, читатель видит разворот с выходными данными, информацией о выпуске, подписке и географии распространения журнала. Во всех номерах эти страницы оформлены в одной цветовой палитре: белый, синий, черный, однако за ними следуют страницы с богатой цветовой палитрой.

Первым выделяется разворот с содержанием, на котором присутствует сразу несколько цветовых пятен. Как правило, значительное пространство занимает репродукция картины, имеющей отношение к теме номера; выше в цветной рамке размещается блок содержания. Заголовки других материалов композиционно отделены от этого блока, многие сопровождаются названиями рубрик. Среди других обращает на себя внимание рубрика *Гардероб*, проиллюстрированная изображением на ярком желтом фоне.

https://doi.org/10.21603/2782-4799-2024-3-1-23-30

Блок материалов, посвященных главной теме выпуска, выделен не только в содержании, но и на страницах журнала, которые оформлены цветными рамками, в то время как материалы, не относящиеся к теме выпуска, рамок не имеют. В целом для журнала характерно цветовое разнообразие: яркие страницы сменяются светлыми. Тематическое наполнение предполагает печать значительного количества черно-белых фотографий, однако в этом случае издатели используют цвет в выносных элементах (плашках). Выносные элементы играют значимую роль в реализации прагматического потенциала медиатекста [Ермолаева, Потапова 2021: 262], в данном случае они также выполняют аттрактивную функцию, притягивая взгляд читателя.

Визуальная составляющая доминирует над вербальной в комиксах и рубрике *Гардероб*, которые предназначены не столько для прочтения, сколько для рассмотрения красочного иллюстративного материала. Кроссворд на последнем развороте имитирует вырезку из журнала «Огонёк» прошлого века. Использующееся в оформлении кроссворда сочетание красного, белого и черного цветов играет особую роль, поскольку такая яркая цветовая гамма не используется ни в одном другом материале выпуска.

Следом за кроссвордом идет анонс следующего номера. Отметим, что интерактивность на бумаге невозможна, но в печатных медиа существуют похожие методы взаимодействия с аудиторией. Так, в журнале используются ссылки и QR-код на предпоследней странице, перейдя по которым читатели окажутся на электронной версии издания и смогут ознакомиться с темой следующего номера.

Анализ оформления печатной версии журнала «Дилетант» подтверждает наличие визуального кода, выстраивающего «систему символических ценностей: эстетических, моральных, социальных, гендерных и др.» [Буряковская 2012: 170]. Яркие цветовые пятна, рамки и фоны страниц, выносные элементы и большое количество иллюстративного материала выполняют аттрактивную функцию, привлекая читателя то к одному, то к другому элементу материала. Большинство текстов в журнале занимают не более одного разворота и организованы таким образом, что каждый текстовый блок можно было читать автономно, поэтому постоянное переключение читателя с одной страницы на другую не мешает восприятию материалов.

Интернет-версия

В сетевой версии «Дилетанта» функцию обложки выполняет главная страница, на которую пользователь попадает в первую очередь. Она также является поликодовым текстом, поскольку помимо языковой составляющей содержит элементы других знаковых систем: изображения, анимационные вставки, гиперссылки, которые являются отличительной чертой электронной коммуникации [Мыгаль, Карпенко 2011]. Гипертекстовые ссылки размещаются как в шапке сайта, где расположено меню, так и в самом тексте. Используются заголовки и подзаголовки, по которым можно перейти, чтобы подробнее ознакомиться с материалом. Таким образом, сайт журнала, как и его печатная версия, создает условия для свободного перемещения пользователя между материалами.

Обратим внимание на структуру титульной страницы сайта «Дилетант». Композиционно сайт разделен на две части: шапка и основная страница; при переходе на другие разделы такая структура, как правило, сохраняется. В отличие от печатной версии журнала, шапка на сайте не отличается цветом фона и не содержит отсылок к материалам на другие темы. В ней расположены название журнала, вставка с изображением и ссылкой на страницу для заказа печатного номера, а также меню, в котором аудитория может выбрать определенные параметры для поиска других материалов.

В центре главной страницы находится плашка с названием темы месяца и краткой исторической справкой, а также вставки с некоторыми материалами на эту тему и гиперссылкой *показать все*, кликнув на которую, читатель может ознакомиться со всеми работами, посвященными главной теме. Сайт в отличие от печатной версии оформлен так, чтобы не нагружать читателя, а выдавать информацию постепенно, поэтому активно применяются гиперссылки, которые сопровождаются заголовками и краткой информацией, привлекающей аудиторию.

Важным элементом сетевой коммуникации является интерактивность. Для свободного поиска пользователям предоставлены фильтры, разделы, удобная навигация по подборкам материалов. Читатели могут отбирать материалы по таким параметрам, как популярность просмотров, формат, место, эпоха. Кроме того, на основе просмотренного материала алгоритмы сайта предлагают рекомендации в блоке *Рекомендовано вам*, с которым читатели могут ознакомиться при прокрутке любой статьи вниз.

Кроме навигации по разделам интернет-версии издания также присутствует рубрикация. Важным элементом для читателей становится развлекательная рубрика *Тесты*, в которой не только проверяют знания аудитории, но и предлагают примерить на себя роль какой-либо исторической личности или героя произведения. Во время прохождения теста пользователю предлагаются краткие исторические и литературные комментарии, расширяющие его кругозор. Отметим, что другие распространенные формы привлечения внимания пользователей (к примеру, лайки или комментарии) на сайте журнала не используются.

Отметим, что особым цветовым разнообразием сетевое издание не обладает, т.к. в нем используется минимальное количество цветов: текст – белый (за исключением анимации), подложка сайта – нейтральных тонов, гиперссылки – в оттенках подложки. Помимо этого, особенностью интернет-изданий является наличие мультимедийных элементов, однако на сайте «Дилетанта» – минимальное их количество. При посещении раздела *Картотека* в момент загрузки материалов появляется анимированная заставка в виде стилизованного изображения Екатерины II. Анимация привлекает внимание пользователя и задерживает его на странице, пока идет загрузка. Анимация сопровождает проект «Мой район» и спецпроект «Хранилище», последний является интерактивной рекламой выставки фотографа Т. Деманда.

Если в бумажной версии издания статьи, как правило, занимают не более одного разворота, то в интернет-версии объем статей может значительно различаться. Однако все они сегментированы таким образом, чтобы на экране при минимальной прокрутке всегда появлялась иллюстрация или подзаголовок. При снижении интереса такое построение текста позволяет переключиться на следующий текстовый блок статьи или иллюстрации. В верхней части страницы расположено меню *Лучшее*, внизу страницы – блок *Рекомендовано вам*. Их функция – задержать читателя на сайте в случае, если ему не понравился конкретный материал, и предложить другие статьи или тесты.

Эту же функцию выполняет навигация: каждый материал сопровождается хэштегами трех типов: жанр (статья, тест или сборник), место (Европа, Азия, Америка и т.д.) и век. По хэштегам или поиску можно выйти на материалы, которые не имеют отношения к теме свежего номера и были опубликованы давно. Таким образом, сайт представляет собой нелинейный текст и позволяет читателям самим выбирать материалы, с которыми они хотели бы ознакомиться.

Как и в бумажной версии номера, редакция актуализирует связь между двумя версиями журнала. Помимо шапки сайта в разделе *Журналы* издатели также предлагают заказать печатные выпуски. Главную страницу сайта обновляют каждый месяц в соответствии с новой темой, а предыдущие материалы отправляются в электронные архивы «Дилетанта», которые впоследствии нелегко найти. Однако это стимулирует пользователей оформить подписку на бумажный журнал или приобрести старые выпуски.

Заключение

Сопоставив возможности, которые используются для привлечения аудитории печатной и онлайн-версий журнала «Дилетант», можно отметить значительные различия. Печатная версия издания делает акцент на цветовом и иллюстративном разнообразии номера, чем и привлекает аудиторию. Сайт журнала отличается более сдержанным цветовым оформлением, меньшим количеством иллюстраций, которые видны на экране в единицу времени, простой версткой. Из всего диапазона сетевых средств коммуникации интернет-версия журнала использует только хэштеги и гиперссылки. Представляется, что издатели намеренно ограничивают применение аттрактивных средств на сайте журнала, чтобы сохранить конкурентоспособность печатного издания, а также чтобы интернет-версия существенно отличалась умеренной визуальной насыщенностью от основной массы интернет-сайтов и социальных сетей.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.
Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

Литература / References

Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Academia, 2003. 122 с. [Anisimova E. E. *Linguistics of the text and intercultural communication in creolized texts*. Moscow: Academia, 2003, 122. (In Russ.)] https://www.elibrary.ru/ywotpl

Буряковская В. А. Глянцевый журнал как феномен массовой культуры: речевое и прагматическое представление. *Политическая лингвистика*. 2012. № 1. С. 169–172. [Buryakovskaya V. A. Glossy magazine as a phenomenon of mass culture: speech and pragmatic conception. *Political Linguistics*, 2012, (1): 169–172. (In Russ.)] https://elibrary.ru/owuzzd

Ермолаева Е. Н., Потапова Н. В. Лингвовизуальная прагматика выносных элементов англоязычных интернет-медиатекстов. *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология*. 2021. Т. 20. № 6. С. 247–262. [Ermolaeva E. N., Potapova N. V. Lingvovisual pragmatics of pulled-out elements in English-language internet media texts. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2021, 20(6): 247–262. (In Russ.)] https://doi.org/10.25205/1818-7919-2021-20-6-247-262

Зверева Е. А. Деэстетизация как тенденция иллюстрирования журнальных изданий. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2018. № 2. С. 23–31. [Zvereva E. A. De-aestheticization as a trend of illustration magazine publications. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanij*a, 2018, (2): 23–31. (In Russ.)] https://elibrary.ru/xoxuap

Зверева Е. А., Бирюкова В. В. Влияние процессов глобализации на функционирование глянцевых журналов. *Культура в фокусе научных парадигм*. 2018. № 7. С. 160–165. [Zvereva E. A., Biryukova V. V. Influence of the globalization processes on the functioning of glossy magazines. *Kultura v fokuse nauchnykh paradigm*, 2018, (7): 160–165. (In Russ.)] https://elibrary.ru/xzaobn

Иссерс О. С. Дискурсивные практики нашего времени. М.: Ленанд, 2021. 272 с. [Issers O. S. *Discursive practices of our time*. Moscow: Lenand, 2021, 272. (In Russ.)]

Кардапольцева В. Н., Салмин Л. Ю. Трансформации в дизайне визуальных коммуникаций и их последствия. *Теория и практика мировой науки*. 2018. № 5. С. 52–55. [Kardapoltseva V. N., Salmin L. Yu. Transformation in the design of visual communications and their consequences. *Theory and practice of world science*, 2018, (5): 52–55. (In Russ.)] https://elibrary.ru/yavlox

Кравченко А. А. Признаки таблоидности на обложке научно-популярного журнала на примере издания «Дилетант». *Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения*: 60-й Междунар. науч. форум. (Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2021 г.) СПб.: Медиапапир, 2021. Т. 1. С. 109–111. [Kravchenko A. A. Signs of tabloidism on the cover of a popular science magazine: Diletant. *Media in the Modern World. 60th St. Petersburg Readings*: Proc. 60th Intern. Sci. Forum. St. Petersburg, 30 Jun – 2 Jun 2021. St. Petersburg: Mediapapir, 2021, 109–111. (In Russ.)] https://elibrary.ru/twfyho

Круглова Л. А. Российские печатные СМИ: специфика онлайн-версий. *Медиаскоп*. 2016. № 4. [Kruglova L. A. Russian print media: specificity of online versions. *Mediascope*, 2016, (4). (In Russ.)] URL: http://www.mediascope.ru/2205 (дата обращения: 02.02.2024). https://elibrary.ru/yhcxdz

Мыгаль М. С., Карпенко И. И. Журналистский гипертекст в системе массмедийной интернет-коммуникации. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2011. № 18. С. 201–208. [Mygal M. S., Karpenko I. I. Journalistic hypertext in the system of the mass media internet communications. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 2011, (18): 201–208. (In Russ.)] https://elibrary.ru/qalhih

Поварницына М. В. Специфика креолизованных текстов в массовой интернет-коммуникации. *Universum: филология и искусствоведение*. 2015. № 6. [Povarnitsyna M. V. Creolized text specifics in mass Internet communications. *Universum: filologiya i iskusstvovedeni*e, 2015, (6). (In Russ.)] https://elibrary.ru/twtvej

Полякова Е. В. Структурные особенности печатной и онлайн-версий газеты «Республика Башкортостан». *Вестник Башкирского университета*. 2022. Т. 27. № 1. С. 197–200. [Polyakova E. V. Structural features of the print and online versions of the newspaper "Republic of Bashkortostan". *Vestnik Bashkirskogo universiteta,* 2022, 27(1): 197–200. (In Russ.)] https://doi.org/10.33184/bulletin-bsu-2022.1.35

Проскурин Е. Г. Веб-сайт как полисемиотический гипертекст: к постановке проблемы. *Мир науки, культуры, образования*. 2010. № 3. С. 64–67. [Proskurin E. G. Website as polisemiotic hypertext: Problem formulation. *The world of science, culture and education*, 2010, (3): 64–67. (In Russ.)] https://elibrary.ru/mvgupf

Сонин А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления. *Вопросы языкознания*. 2005. № 6. С. 115–123. [Sonin A. G. Experimental studies of multimodal text comprehension: Main directions. *Voprosy Jazykoznanija*, 2005, (6): 115–123. (In Russ.)] https://elibrary.ru/hsiroz

Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. *Оптимизация речевого воздействия*, отв. ред. Р. Г. Котов. М.: Наука, 1990. С. 180–186. [Sorokin Yu. A., Tarasov E. F. Creolized texts and their communicative function. *Optimization of speech communication*, ed. Kotov R. G. Moscow: Nauka, 1990, 180–186. (In Russ.)]

Титлова А. С., Моисеева А. В. Воздействующий потенциал поликодового масс-медийного текста. *Вестник Башкирского университета*. 2019. Т. 24. № 4. С. 959–962. [Titlova A. S., Moiseeva A. V. Persuasive potential of a polycoded mass media text. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 2019, 24(4): 959–962. (In Russ.)] https://doi.org/10.33184/bulletin-bsu-2019.4.32

Цзоу Х. Теоретические аспекты изучения поликодового текста в современном языкознании. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2020. Т. 13. № 1. С. 295–298. [Tszou Kh. Theoretical aspects of studying polycode text in modern linguistics. *Philology. Theory & Practice*, 2020, 13(1): 295–298. (In Russ.)] https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.1.58

Шевченко В. Э. Теоретические основы визуальной коммуникации. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2013. № 20. С. 174–180. [Shevchenko V. E. Theoretical bases of visual communication. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 2013, (20): 174–180. (In Russ.)] https://elibrary.ru/schmrx

Czachur W., Opiłowski R., Smykała M. Multimodal practices of empathy and fear in Polish refugee discourse: analysis of magazine covers. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 2022, 22(3): 63–85. https://doi.org/10.17576/gema-2022-2203-04

Liu H., Phothisane S., Kotchapakdee P. Changes in visual rhetorical features of new weekly magazine covers published from 1996 to 2001. *Southern Semiotic Review*, 2022, (16): 91–119.

Tseronis A. From visual rhetoric to multimodal argumentation: exploring the rhetorical and argumentative relevance of multimodal figures on the covers of The Economist. *Visual Communication*, 2021, 20(3): 374–396. http://dx.doi.org/10.1177/14703572211005498