

**А. Э. Павленко**

## ПОЛИКОДОВЫЙ ХАРАКТЕР РЕКЛАМНОГО МЕДИАТЕКСТА (на материале английского языка)

Современное медийное пространство отличается динамичностью и многослойностью, объединяя текст, визуальные образы, звук и другие семиотические системы в поликодовые конструкции. На сегодняшний день феномен поликодности активно изучается такими учеными, как В. Е. Чернявская, Т. С. Добросклонская, Н. А. Кузьмина, М. Р. Желтухина, Л. В. Рацибурская, Д. С. Мичурина и др. Областью наших научных интересов являются англоязычные рекламные медиатексты, посвященные экологии и искусственному интеллекту, в которых широко задействована поликодность. Материалом исследования выступили аналитические рекламные статьи на платформе *BBC StoryWorks*. Цель исследования состоит в выявлении и анализе языковых и экстралингвистических средств, формирующих поликодную природу таких текстов на примере конкретных рекламных кампаний.

Поликодность предполагает слияние вербальных и невербальных элементов. В набор языковых средств входят следующие: метафоры *the ocean is our sentinel*, *AI in the wild*, *robot colleagues*, эпитеты *unprecedented climate change*, *artful solution*, аллитерация *clean*, *connected ceramics*; *future-proofing transformation*; *Smart solutions for a digital society*, гиперболы *a world of a trillion sensors*; *to break another record*, сравнение *EnerCera Pouch is only the size of a small postage stamp*. Также можно выделить синтаксические конструкции: риторический вопрос *Why are batteries crucial for renewable energy?*, анафора *Data Application*, *Data Influencers*, *Data Democratization*; антитеза *Don't just survive... they thrive*, градация *Smarter, cleaner and more sustainable*.

Значительную роль в создании рекламных текстов играют экстралингвистические элементы, к которым относятся различного рода изображения (например, турбин в статье *Why are batteries crucial for renewable energy?*), музыка, усиливающая эффект восприятия инноваций как доступных и привлекательных, особенно для широкой аудитории (в статье *A Better World Through Ceramics*); графика в статье *A sea of change* включает климатические карты с интегрированными изображениями ледяных поверхностей, визуализируя масштаб изменений.

Таким образом, в современных условиях развития цифровых технологий в исследуемых текстах поликодность становится ключевым фактором воздействия, создавая синергетический эффект.