

**ЯЗЫК ПОЛИКОДОВЫХ ТЕКСТОВ
В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ГОРОДА**

В широком понимании *поликодовый текст* – это текст, в котором сообщение закодировано семиотически разнородными средствами – вербальным и невербальным компонентами, объединение которых представляет собой определенную структуру, характеризующуюся проявлением взаимозависимости составляющих как в содержательном, так и в формальном аспектах.

Коммуникативная среда современного города является концентрацией информационных потоков, формирующих в сознании субъекта образ города посредством разного рода поликодовых текстов: информационных, содержащих полезную информацию для жителей города (например, инструкции на дорожных знаках, расписания общественного транспорта, информацию об открытии новых магазинов, обеспечивающих жителей сведениями о различных событиях и услугах, формирующих общественное мнение и имеющих важное значение для социально-экономического развития города); символических, которые используются как символ города (например, эмблемы, флаги, гербы или памятники); рекламных, размещенных на вывесках, щитах, баннерах, в витринах магазинов и на других поверхностях и направленных на привлечение внимания или привлечение потенциальных клиентов.

Текст городской вывески обладает рядом характеристик: обладает малым объемом и лишен привычных для нормы специальных средств связности; информативно самодостаточен вследствие смысловой компактности и опоры на конситуацию; его цельность создается иконическими средствами; текст вывески имеет особую иерархическую структуру и специфические языковые особенности; он отражает прагматические намерения номинатора, выполняя рекламную функцию. Таким образом, наименование городского объекта выражает определенные итоги акта коммуникации, так как содержит компактный, свернутый речевой акт номинатора. Говоря об информативности данных текстов, вывеска не только передает информацию о том или ином городском объекте, реализуя основную свою функцию, но и содержит сведения социолингвистического и лингвокультурологического характера.

Поликодовые тексты как элемент языка города отличаются социальной обусловленностью. Они отражают изменения, происходящие в социально-экономической жизни города, и непосредственно сами являются результатом этих изменений. Помимо этого, тексты вывесок репрезентируют лингвокультурное пространство города и фиксируют ценности, значимые для данного социума.

Глубокое исследование вербальных поликодовых текстов, таких как реклама, вывески, наименования организаций, является важным направлением современных исследований. В силу того, что города разрастаются, рынок предлагаемых услуг также увеличивается. На наш взгляд, если компании хотят преуспеть и быть конкурентоспособными, им необходимо тщательно выбирать вербальные обозначения, используя инновационные и творческие подходы.