А.К. Кхемка

РЕЧЕВОЙ ЖАНР КИНОАНОНСА (НА МАТЕРИАЛЕ КИНОАНОНСОВ К ИНДИЙСКИМ ФИЛЬМАМ)

Рассматриваются характерные черты речевого жанра киноанонса. Материалом выступают 200 киноанонсов к индийским фильмам, написанных на русском языке и размещенных на сайте Indiankino.net. Описание речевого жанра осуществляется по предложенной Т.В. Шмелевой модели, в которую вводятся дополнительные параметры (композиция и учет невербальных средств), обусловленные особенностями анализируемого материала. Выявляются характерные средства языкового воплощения речевого жанра киноанонса на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях.

Ключевые слова: речевой жанр; виртуальное жанроведение; киноанонс; индийские фильмы; кино; Индия.

Индия – крупнейший в мире кинопроизводитель, который ежегодно выпускает порядка 1 500 фильмов. Киноиндустрия этой страны является быстрой в мире, поскольку отличается самыми короткими сроками производства [1]. Индийское кино смотрят в разных странах мира, в том числе и в России. Судьба индийского кинематографа в России, по мнению исследователей, сложна и неоднородна: начиная с 1950-х гг. интерес советских зрителей к нему стал постепенно расти, успешный прокат индийских кинофильмов продолжался впоследствии несколько десятилетий, а с 1990-х гг. индийское кино начало постепенно сходиться с большими киноэкранов, с конца 1990-х гг. и в настоящее время благодаря распространению кабельных телеканалов и интернет-ресурсов, посвященных индийской культуре и кинематографу, происходит постепенное возвращение российского зрителя к индийскому кинематографу, он «вновь начинает завоевывать внимание отечественного зрителя, пусть и не столь широко, как это было в советский период, но интерес к индийским фильмам современной тематики прослеживается» [2. С. 71].

Данный факт вызывает интерес к изучению киноанонсов к фильмам именно этой страны.

Вместе с тем в настоящее время изучение отдельных речевых жанров, в том числе разных видов анонсов, стало очень популярным и актуальным в лингвистике. С появлением и развитием интернета начало развиваться изучение анонсов, бытующих в этой коммуникативной среде. Так, к настоящему времени исследователи обратили внимание на анонсы, функционирующие в разных типах дискурса, среди которых выделяют новостной анонс [3], спортивный анонс [4], телевизионный анонс [5], анонс радионовостей [6], книжный анонс [7], анонс художественных произведений [8], а также киноанонс [9, 10]. В этих исследованиях отмечаются черты, которые свойственны анонсам разных типов: краткость [3, 6], информативная и воздействующая функции [3, 4–6, 8], интрига [5, 8], сочетание знаков разных семиотических систем [3, 8], вторичность [8], агрессивность [5]. Многие из анонсов ранее существовали только в «бумажной» форме, а затем с распространением интернета появились и в электронной, к примеру, рассматриваемый в данной работе жанр киноанонса.

Киноанонс – один из основных источников информации о фильме и его кратком содержании; это неотъ-

емлемая часть современной киноиндустрии, потому что он выполняет функцию рекламы фильмов. Способность воздействовать на адресата, влиять на его желание или нежелание познакомиться с фильмом, привлечь его внимание к фильму определяет специфику киноанонса как коммуникативного явления.

«Проблематика киноанонса – это одна из составляющих проблем кинотекста, а соответственно, дискурса и текста в целом, которая не раз рассматривалась и лингвистами, и представителями других наук» [11. С. 79]. В рамках лингвистических исследований киноанонс рассматривается как особый вид текста [11], тип текста [12], тип рекламного жанра [13], исследуются его языковые и стилистические особенности [14, 15], лингвопрагматические характеристики [9, 10], функциональный потенциал [16] и др. Рассматриваются киноанонсы на материале немецкого языка [9, 16], русского языка [12], в английской и русской [14] лингвокультурах. Отметим также исследование киноанонсов как исторического источника, с помощью которого исследуется репертуар провинциального кинотеатра периода Великой Отечественной войны [17]. Таким образом, в современных гуманитарных исследованиях изучаются в основном современные киноанонсы, опубликованные в печатных изданиях или распространяемые на флэш-накопителях. Несмотря на достаточное количество исследований, киноанонс до сих пор не был изучен как речевой жанр, не существует и исследований киноанонсов индийских фильмов.

В данной работе мы обратились к изучению киноанонсов к индийским фильмам.

Цель исследования – описание речевого жанра киноанонса, функционирующего в интернет-среде: выявление его основных жанрообразующих признаков и особенностей языкового воплощения.

Актуальность работы обусловлена не только экстралингвистическими факторами, указанными выше, но и собственно лингвистическими: малоизученностью киноанонсов в современном языкознании и вписанностью данного исследования в интенсивно развивающуюся отрасль современной лингвистики – жанроведение. Вместе с тем исследований киноанонсов с позиции теории речевых жанров в российской лингвистике пока не представлено. Поэтому актуальность работы определяется необходимостью изучения отдельных речевых жанров, развития виртуального

жанроведения, одной из целей которого является описание и выявление речевых жанров интернет-дискурса и сопоставление их с традиционными «бумажными» жанрами [18].

Материалом для исследования послужили 200 киноанонсов к индийским фильмам, написанных на русском языке и размещенных на сайте Indiankino.net. Авторы этого портала называют его «проводником по индийскому кино», а в описании феномена индийского кино обозначаются некоторые целевые установки создания сайта: *«Теперь уже можно не довольствоваться редкими встречами с любимым видом искусства. Смотреть индийские фильмы в любое время – это всеобщее желание посетителей онлайн-кинотеатра»*. Изученные исследователями киноанонсы, как правило, создавались к картинам, которые ожидаются в прокате, в располагаемом нами материале анонсы написаны к фильмам разных эпох, начиная с середины XX в. и заканчивая современным периодом. Материал был собран методом сплошной выборки.

Исследование выполнено в русле коммуникативной лингвистики. При анализе материала был использован комплекс методов, включающий метод лингвистического описания, дискурсивного анализа, подразумевающий описание не только языковых средств, но и комплекс внеязыковых характеристик, отражающих функционирование киноанонсов в интернете.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что оно вносит вклад в исследования в области лингвистики текста (через описание модели текстов речевого жанра киноанонса), служит развитию виртуального жанроведения.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы в создании киноанонсов к любым фильмам, преподавании русского языка в иноязычной аудитории. Кроме этого, разработанная описательная модель речевого жанра киноанонса может быть использована при анализе других типов анонсов, существующих в интернете.

Обратившись к анализу материала, мы обнаружили, что данные киноанонсы обладают всеми характеристиками речевого жанра: у них относительно устойчивая тематика, композиция и стилистические особенности. Такие параметры речевых жанров были выделены основателем теории речевых жанров М.М. Бахтиным [18].

Исследуемые тексты функционируют в интернет-пространстве, которое стало основой для возникновения различных речевых жанров и трансформации существовавших ранее в устной и письменной (бумажной) формах жанров. Речевые жанры, порожденные в интернет-среде, можно назвать виртуальными, изучением которых занимается виртуальное жанроведение. Проблематика виртуального жанроведения впервые была обозначена в работах Е.И. Горошко и Е.А. Жигалиной [19–21]. Задача данного направления в современном жанроведении состоит в описании и структурировании всего многообразия виртуальных или интернет-жанров, способов их классификации, а

также их сопоставлении с традиционными «бумажными» жанрами [21].

При исследовании «бумажных» и виртуальных речевых жанров одним из актуальных вопросов является методика их описания. К настоящему времени наиболее известными и универсальными являются описательные модели речевых жанров, предложенные Т.В. Шмелёвой [22], А. Вежицкой [23], Н.Б. Лебедевой [24]. На основе этих моделей исследователи разрабатывают новые, приспособивая их под свои исследовательские цели и задачи, материал, тип дискурса и т.п.

При описании речевого жанра киноанонса мы опираемся на модель речевого жанра, предложенную Т.В. Шмелевой, но дополняем ее параметрами, которые релевантны для исследуемого материала и обусловлены местом его функционирования:

- коммуникативная цель и тип речевого жанра;
- образ автора;
- образ адресата;
- образ прошлого;
- образ будущего;
- композиция киноанонсов;
- тип диктумного (событийного) содержания;
- особенности языкового воплощения [22. С. 97];
- невербальные характеристики, обусловленные

интернет-пространством.

Обратимся к анализу речевого жанра киноанонса по указанной модели.

1. **Коммуникативная цель** – это, как отмечает Т.В. Шмелёва, самый главный жанрообразующий признак, который противопоставляет четыре типа речевых жанров: информативные, императивные, оценочные и этикетные [22].

Создавая киноанонсы, авторы, как представляется, преследуют две основные цели:

а) информативную – киноанонс является источником информации о фильме: в нём коротко даются такие сведения, как, например, имена главных героев, год выхода, жанр фильма, режиссер, имена актеров, краткий сюжет и др. Кроме того, киноанонсы также включают такую информацию, как рейтинг (IMDB – крупнейшая в мире база данных и вебсайт о кинематографе), и оценку описываемого фильма. С помощью этих оценок и рейтинга читатели могут определить наиболее или наименее интересные фильмы, которые стоит или не стоит смотреть;

б) рекламную – киноанонсы создаются для того, чтобы информировать людей о фильмах и воздействовать на потенциальных зрителей, привлечь их внимание к просмотру.

Коммуникативная цель может быть выражена в некоторых исследуемых киноанонсах: *Представляем вашему вниманию новый южноиндийский экшн-фильм; Представляем вашему вниманию сюжетное продолжение полюбившейся зрителям романтической комедии, главный герой которой – убеждённый холостяк по имени Сэм.*

Тип жанра. Таким образом, на наш взгляд, речевой жанр киноанонса – это информативный речевой жанр с элементами императивного. Как видим, это речевой жанр, который совмещает в себе черты ре-

кламного, публицистического дискурса, а также черты дискурса кино и интернета.

2. **Образ автора.** Все рассматриваемые тексты киноанонсов анонимны, авторы являются неэксплицированными: отсутствуют указания на их имя, род занятий, профессию, возраст, место жительства и т.д. Однако можно сказать, что автор выступает в качестве повествователя, знающего больше, знакомящего адресата с фильмом.

Как уже отмечалось, при рассмотрении параметра коммуникативной цели, встречаются такие анонсы, в которых она эксплицирована, вместе с ней проявляются и некие представления об авторе: *«Представляем вашему вниманию новый индийский мультипликационный фильм, сюжет которого расскажет о влиятельном и могущественном царе Кочадаияне»*. Глагол «представлять» в форме будущего числа настоящего времени *представим* указывает на множественность автора, за которым скрывается некое «мы». Автор может репрезентироваться через подборку лексем, характеризующих и оценивающих героев, события в фильме, каким-то образом квалифицирующих происходящее, через вводные слова: *Такие союзы заключаются родителями задолго до совершеннолетия их детей, и, конечно же, далеко не всегда всё проходит гладко; Конечно же, этот фильм о любви, о настоящих и высоких чувствах; Конечно же, фильм, так же, насыщен и драматическими событиями; Очень добрая мелодрама «Школьная любовь» (Bhanwar) индийского кино сере-*

дины 70-х. В фильме снялись звезды того времени, сын Раджа Капура Рандхир Капур и красавица Парвин Баби. Незамысловатый сюжет, красивая картинка, прекрасные пейзажи Шимлы, леса, снега, яркое солнце, молодость, любовь и т.п. (Здесь и далее орфография и пунктуация сохранены. – А.К.).

Авторы киноанонсов стремятся воздействовать на зрителей, используют для этого разнообразные средства (вопросительные конструкции, конструкции с многоточием и т.п.): *сможет ли он убедить отца в своей искренности и бескорыстности?; Есть ли у влюблённых будущее и смогут ли они справиться со всеми своими проблемами?; Кого же выберет героиня фильма? К кому из братьев у неё появятся чувства, которые перерастут в настоящую любовь?; У него нет времени ни на молодую жену, ни на своих детей. А она не может забыть своего Раджа...; Девушка находит дневник в куртке и из него узнает всю историю жизни Самара...* Таким образом, можно сказать, что автор является влияющим на адресата.

3. **Образ адресата** – адресат, как и автор, в речевом жанре киноанонса не определен, потому что он является множественным, удалённым.

Перед началом текста киноанонса даётся основная информация о фильме, содержащая сведения о жанре фильма, актёрах, режиссёрах, годе выхода, языке, мировом рейтинге (IMDB) фильма, поэтому адресат для каждого киноанонса может группироваться по своим интересам (рис. 1).

Рис. 1. Пример размещения основной информации о фильме перед киноанонсом

Таким образом, каждый киноанонс может иметь определённую группу людей в качестве адресата.

4. **Образ прошлого**, как и следующий признак, Образ будущего, по мнению Т.В. Шмелевой, связаны с местом анализируемого речевого жанра в речевой цепи, т.е. отмечают предшествующий и последующий за речевым жанром эпизоды общения. В случае с речевым жанром киноанонса образ прошлого не выражен вербально, он лежит внеречевой плоскости. Для появления исследуемого речевого жанра необходим просмотр фильма. Это вторичный речевой жанр, поскольку для его создания необходимо сначала познакомиться с фильмом, его содержанием, посмотреть его.

5. **Образ будущего** также в основном не проявлен в данном типе речевого жанра, потому что он зависит

от решения адресата, предполагающего смотреть или не смотреть фильм, о котором он получил информацию. Однако поскольку все исследуемые тексты размещаются в интернете и сайт подразумевает возможность комментирования, то встречаются комментарии зрителей, но они скорее, оценивают не киноанонсы, а сами фильмы: *Какой паршивый фильм. Сюжет хуже, чем наивный, интриги нет, скукота. Чудовищно жаль, что Ритик, который кстати, совсем не подходит под эту роль, потратил съёмочное время именно на этот проект; Фильм шикарный... теперь он в списке моих самых любимых; супер..супер..супер фильм.... не зря ждала когда наконец можно будет посмотреть в хорошем качестве...спасибо огромное сайту за такую возможность...фильм мало сказать супер... смотрите и все поймете...* К киноанонсам на сайте привязаны

определенные рейтинги и инструменты для репоста в социальных сетях, соответственно, можно отметить и такую реакцию зрителей, которая выражается с помощью невербальных компонентов.

6. Композиция киноанонсов. Как отмечают исследователи, киноанонсы обладают обязательными и необязательными элементами.

Ю.А. Колодная при изучении анонсов фильмов на немецком языке, предназначенных к показу на телевидении, из специализированных журналов «TV Spielfilm» за 2004 г., выделяет в них девять структурных компонентов: 1) надзаголовок (цитата); 2) собственно заголовок (название фильма или название анонса); 3) подзаголовок (краткое содержание фильма, определение его жанра); 4) основной текст (описание сюжета фильма, его оценка, информация об актерах); 5) изображение (фотография, сцена из фильма); 6) подпись; 7) дополнительная информация (сведения о режиссере, актерах, оригинальном названии фильма, годе выхода фильма в прокат, ограничениях для просмотра); 8) оценочный компонент (вербально выраженное предложение, жестовая эмблема «большой палец руки вверх / вправо / вниз», выражающая значения «хорошо», «посредственно», «плохо», комбинация вербально выраженного предложения и жестовой эмблемы или комбинация вербально выраженного предложения, жестовой эмблемы и оценочной таблицы); 9) указатели четырех типов (У1 – технические символы; У2 – время показа, название канала; У3 – отметки; У4 – длительность, время окончания фильма) [9. С. 8]. Автор указывает на то, что с точки зрения структуры все анонсы можно классифицировать на стандартные и нестандартные, а количество компонентов может варьироваться от 2 до 9.

С.А. Панченко, исследуя структуру киноанонсов, отобранных из периодических изданий «Теленеделя», «Артмозаика», «Телемост» за 2005–2008 гг., отмечает, что она может включать в себя такие компоненты, как 1) собственно заголовок (название фильма); 2) дополнительная информация (сведения о режиссере, актерах, годе выхода фильма в прокат); 3) основной текст, т.е. собственно киноанонс (описание сюжета фильма, его оценка); 4) креолитизованный оценочный компонент, условное обозначение жанра фильма; 5) в значительном количестве случаев – кадр из фильма [11].

Исследуя анонсы фильмов, размещенные на листовках, Т.Г. Федотовских пишет, что композиционные рамки жанра киноанонса создаются его обязательными составляющими, к которым автор относит название фильма, информацию о дате выхода в прокат, сведения о создателях, указание призов, которые получил фильм, либо участие фильма в престижных кинофестивалях, цветное изображение. В качестве дополнительных сведений могут быть приведены мнения компетентных лиц, жанр фильма, ссылка на книгу, по которой снят фильм, описание фабулы, слоган и т.д. [13].

О.С. Роголева при изучении кинофлаеров, собранных в кинотеатрах г. Омска в 2012–2013 гг., отмечает, что структурная модель исследуемых киноанонсов включает в себя следующие компоненты: слоган

фильма, заголовок (название фильма), основной текст (сюжет фильма), дополнительную информацию (сведения о режиссере, катерах, наградах, возрастных ограничениях и т.д.), различных указателей (на рекламных партнерах фильма, QR-коды для перехода на сайт фильма и т.д.) [12].

Как видим, все рассмотренные исследователями киноанонсы имеют общие компоненты, а также отличительные особенности, которые обусловлены местом их размещения.

Исследуемые нами киноанонсы включают следующие элементы: оригинальное название фильма, год выхода, жанр, режиссер, актеры, язык, текст (описание фильма), инструменты (указания на социальные сети) для возможности сделать репост на странице в соцсети, для оценки фильма, рейтинг IMDb, категория (например: *КАТЕГОРИЯ: Индийские фильмы 2018 года, Индийская мистика, Индийские триллеры*).

В исследуемых текстах описаний фильмов (собственно анонсах) выделяются четыре основных композиционных элемента:

1. Название фильма.
2. Завязка.
3. Краткий сюжет фильма.
4. Концовка.

Например,

Название фильма: «Богатей»

Завязка: *Сюжет фильма рассказывает о том, что происходит в подноготной нелегального бизнеса по изготовлению и продаже контрафактного алкоголя.*

Краткий сюжет: *Это очень прибыльное дело, и главный герой картины давно сделал на этом состояние. Однако в один прекрасный день на его пути встал принципиальный полицейский, готовый пойти на всё, лишь бы этот нечистый на руку бизнесмен отправился в тюрьму. Этот страж порядка собирается пожертвовать всем, что имеет во имя торжества справедливости.*

Следует отметить, что краткость, компрессия свойственны изучаемым текстам, как и всем другим типам анонсов.

Концовка: *Чем же закончится эта история? Кто победит: бизнесмен или полицейский; добро или зло?*

Как правило, в концовке используются такие приемы, которые возбуждают интерес зрителя, создают интригу. И это также свойственно не только киноанонсам, но и анонсам других типов.

В отличие от изученных исследователями киноанонсов в нашем материале не встречается такой структурный элемент, как слоган.

7. Тип диктумного (событийного) содержания.

Анализ материала позволил выяснить, что основной темой анонсов к индийским фильмам является любовь: *Молодой поэт Амит решает забыть свою несчастную любовь и начать жизнь с чистого листа. На это он решился после того, как встретил Шобху. А вот Шобха наоборот не хотела ничего начинать, она была в отчаянии оттого, что погиб ее жених Шекхар, который был братом Амита. Амит пыта-*

ется привести Шобху в чувства и доказать ей, что жизнь продолжается не смотря ни на что, но... Проходит время, Шобха и Амит вновь встречаются, у каждого из них своя жизнь, но, все же, некие чувства в душе каждого из них еще остались.

В киноанонсах вместе с темой любви тесно сопряжены и другие темы, например, преступления, кровная месть, социальные конфликты, убийства, политика и т.д.: *В этом фильме перед вами развернется невероятная история любви. Молодой человек влюбился в девушку, и она ответила ему взаимностью. Их роман стал развиваться крайне стремительно, даже несмотря на то, что оба персонажа страдают от слепоты. Но влюбленные не смогли сполна насладиться своим счастьем, ведь однажды главную героиню изнасиловали убили представители одной криминальной группировки. Смирившись с утратой, молодой человек начинает разрабатывать свой план мести. Он намерен добиться возмездия любой ценой. И даже если ему придется пожертвовать своей жизнью, он, не задумываясь, сделает это.* Как отмечается на сайте Indiankino.net, в фильмах также «затрагиваются социальные проблемы, например, непреодолимая пропасть между людьми из разных каст или огромная разница между богатством и жизнью в бедных кварталах».

Из примеров видно, что киноанонсы представляют, как разворачиваются события в фильме, как складывается судьба героев, соответственно, диктующее содержание всей совокупности анализируемых текстов имеет в основе событийные и логические пропозиции.

Событийные пропозиции, как отмечает Т.В. Шмелёва, ««портретируют» действительность – происходящие в них события с их участниками» [25. С. 10]. В проанализированных киноанонсах они описывают разнообразные сферы: физическую, психическую, интеллектуальную и социальную и отражают несколько типов событий: состояние, движение, существование, действие, восприятие: *Действие фильма разворачивается где-то на севере Индии (событийная пропозиция движения, отражающая физическую сферу); Он принимает решение вернуться на ринг и заработать денег именно там (событийная пропозиция действия, отражающая интеллектуальную сферу) и др.*

Логические пропозиции «представляют результаты умственных операций и сообщают о некоторых установленных признаках, свойствах, отношениях» [25. С. 10]. В исследуемом материале встречаются каузальные пропозиции, которые отражают зависимость одного события от другого, релятивные пропозиции, описывающие отношения между объектами, а также логические пропозиции характеристики и идентификации, отражающие признаки объектов: *Семидесятилетний старик Амол возвращается в родные края, чтобы найти свою первую любовь Ваджантти (каузальная пропозиция причинности); В центре повествования находится простая девушка по имени Бинду (логическая пропозиция характеристики); Жизнь главных героев фильма «В ритме танца» очень похожа на сам танец, в котором есть весь*

спектр эмоций, в котором постоянно присутствует настоящий взрыв страстей (релятивная пропозиция подобия); *Абхай типичный неудачник. Замкнутый парень в очках, которому вечно не везет, который постоянно не понимает, что происходит вокруг него – это все Абхай (логическая пропозиция характеристики) и др.*

8. **Особенности языкового воплощения.** При описании отдельных параметров речевого жанра киноанонса фрагментарно уже были проанализированы особенности языкового воплощения, которые служат для реализации именно этих параметров жанра. Кроме этого, в исследуемых текстах киноанонсов мы выделили средства лексического, морфологического и синтаксического уровней, вербализующие речевой жанр киноанонса и его коммуникативную цель (сообщение информации о фильме и его рекламу, воздействие на адресата, привлечение внимания).

На лексическом уровне выделяются:

1) антропонимическая лексика, называющая имена главных персонажей фильма: *Рохит и Рахими полюбили друг друга с первого взгляда. Они теперь и представить себе не могли жизнь друг без друга; Юная Бобби увидев 18-летнего юношу по имени Радж влюбляется в него; главные герои фильма, Дженни и Сурадж, относятся к разным социальным группам;*

2) топонимы, раскрывающие сведения о месте, где происходит действие фильма, например: *действие фильма разворачивается где-то на севере Индии; сюжет фильма перенесёт вас в ОАЭ, где развернется история любви одного богатого индийца Ананда и ирландки индийского происхождения Ниши; в городе Мумбае живет популярный ведущий местной радиостанции – это симпатичный парень по имени Виван;*

Антропонимы и топонимы чаще всего встречаются в названиях фильмов и в завязке киноанонсов.

3) слова национально-специфичного характера (наряду с отмеченными антропонимами и топонимами): *Всё дело в том, что девушка и парень принадлежат разным кастам, а, согласно индийским законам, межкастовые браки не могут быть зарегистрированы; Действие фильма разворачивается в североиндийском штате Бихар, где всё ещё очень распространены древние традиции; Минакши исповедует индуизм и она замужем. А вот Джахангир мусульманин, он родом из Колкаты. Неожиданно для всех автобус захватывают индусские экстремисты; Парень из простой семьи, в которой придерживаются традиционных обычаев. А вот девушка из более современной семьи. Эта девушка не привыкла к тому, что ей нужно облачаться в сари и целый день стоят у плиты. Ведь она не для этого вышла замуж;*

4) слова, входящие в лексико-семантическое поле «кино»: *сюжет, фильм, картина, кинокартина, история, повествование, боевик, мелодрама, фэнтези, ремейк, экран, саундтрек, режиссер, герой, героиня, персонаж, актёр, актриса, звезда, Болливуд, остро сюжетный, разворачиваться, раскручиваться, закручиваться, повествовать, сниматься и т.д.* – эти слова часто встречаются в завязке киноанонса, например *Перед вами ремейк известной южноиндийской кинокартины «Арджун Редди», появившейся на экранах*

два года назад. Главный герой фильма Кабир выучился на хирурга и теперь пытается совладать со своим вспыльчивым характером; Сюжет фильма закручивается вокруг двух братьев, которые всегда были в хороших отношениях друг с другом; Новый фэнтезийный фильм, сюжет которого закручивается вокруг страшного проклятья, которое было наложено на демона Калингама; Перед вами интересная романтическая комедия, сюжет которой закручивается вокруг необычной истории любви. В центре повествования находится простой парень из бедной семьи, живущий в индийской деревне; Новый остро-сюжетный фильм, главный герой которого Кришна Кумар очень хочет влюбиться в себя красавицу из какой-нибудь богатой семьи; В центре повествования разворачивается классическая индийская история любви; Эта замечательная мелодрама от режиссера Кунала Кохли повествует о трех невероятно интересных историях любви и т.п.;

5) слова, которые употребляются в большинстве киноанонсов к индийским фильмам:

— **любовь** и слова, входящие в лексикосемантическое поле с одноимённым названием: роман, страсть, отношения, союз, любимый, любимая, любовный, влюбиться, влюбляться и мн. др. — употребление данных слов помогает раскрыть сюжет, например: Молодой человек влюбился в неё буквально с первого взгляда. Вскоре между Викрамом и Ниттой стали завязываться серьёзные отношения, к которым он никогда не был готов; Парень собирается сделать всё возможное для того, чтобы вернуть своей любимой возможность видеть свет; Перед вами классическая любовная история, снятая в лучших традициях индийского кинематографа. Можно сказать, что это очередной вольный пересказ истории о Ромео и Джульетте. Влюблённые хотят проводить больше времени друг с другом. Именно страсть заставляет их постоянно бороться за своё совместное счастье; Как теперь будет развиваться любовный роман между Шивом и Сайрой?; однако судьба внесла свои коррективы в её планы, и девушка, в конце концов, влюбилась в простого конюха Адила; Сидхарт влюбляется в Суприю, родители которой смотрят на молодого человека свысока;

— **судьба** — данное слово используется при описании кульминации сюжета, например: Судьба их романа теперь зависит от того, сможет ли главный герой справиться со своими страхами относительно возможных обязательств, которых он всегда невольно избегал...; в итоге, молодые люди расстались, а через некоторое время судьба свела их вновь.

— **жизнь** — Главный герой и предположить не мог, что встреча с этой девушкой буквально перевернёт всю его жизнь; Жизнь главного героя меняется после того, как отец его девушки не даёт своё согласие на их свадьбу; Неожиданно Альберт сталкивается с женичиной, появление которой приносит хаос в его жизнь;

6) лексика, выражающая динамику, изменений жизни, состояний, значение случайности, неожиданности в разворачивании событий, обстоятельств, а также разнообразные средства, выражающие неуверенность: случай, случайный, случайно, однако, одна-

жды, казалось бы, неожиданно, кажется: Неожиданно главная героиня сталкивается с некой тайной, которая долгое время хранилась в этих забытых местах...; Она долго планировала своё будущее, однако череда случайностей целиком и полностью разрушила её мечты; Однажды судьба столкнет этих двух героев совершенно случайно...; Всё произошло в результате случайного стечения обстоятельств, которые и свели Дева с той самой девушкой; Спустя пятнадцать лет Тара и Амар обзавелись семьями, и, казалось бы, перестали думать друг о друге; Она строит успешную карьеру в качестве режиссёра-постановщика, и, кажется, вокруг неё мужчины должны ходить толпами и т.п.; Но всё меняется после того, как в школу, где учится Намрата, приходит новый преподаватель; Всё в его карьере складывается просто замечательно, пока однажды он не сталкивается с серьёзной проблемой, требующей немедленного разрешения;

7) разнообразные тропы: метафоры, эпитеты и сравнения: В этом фильме перед вами развернётся история любви, приправленная элементами остросюжетного боевика; Действие фильма разворачивается на берегу живописного озера Дал в Кашмире. Парень по имени Нур влюбился в избалованную Фирдаус, девушку из богатой семьи; Неужели хрупкое равновесие в жизни главных героев нарушится после появления этой роковой девушки; О самой настоящей, нежной, страстной любви, которая порой накрывает двух влюбленных словно стена проливного дождя. Любовь такая же непредсказуемая, как и дождь...

На морфологическом уровне встречаются следующие языковые средства:

1. Глаголы в форме прошедшего времени или настоящего исторического, например: Она долго планировала своё будущее, однако череда случайностей целиком и полностью разрушила её мечты. Сунайну изнасиловал богатый бизнесмен Радж. Конечно же, главная героиня горит желанием отомстить своему обидчику. Она открывает свой бизнес, становясь конкурентом Раджа. Постепенно ей удаётся захватить практически весь рынок, и компания её обидчика начинает банкротиться.

2. Оценочные прилагательные: Беспринципный чиновник Суджата организывает теракт, в ходе которого погибает несколько десятков человек; В центре развития событий находится талантливый молодой танцор, который последние несколько лет не общался с отцом; Какое продолжение получит эта увлекательная история? Какие судьбоносные события произойдут в жизни главного героя в дальнейшем? Двадцатидвухлетний юноша Дэн работает в шикарном пятизвёздочном отеле, который находится в Дели, одном из крупнейших индийских городов. Жизнь Дэна течёт тихо и размеренно до тех пор, пока не случается один неприятный инцидент.

3. Служебные части речи (ли, однако), например: есть ли будущее у их отношений?; смогут ли они построить совместное счастье, несмотря на козни родных?; они не могут расстаться друг с другом ни на минуту, однако спустя несколько месяцев Амар уходит от Тары.

Частица «ли» выражает сомнение, неуверенность, догадку, привлекает интерес адресата к просмотру фильма.

Союз «однако» выражает противоположность, который нередко употребляется при описании кульминации или контраста между действиями фильма.

На **синтаксическом уровне** выделены следующие особенности:

Исследуемые тексты киноанонсов состоят из 5–10 предложений, большинство – из 6–7 предложений.

В анонсах встречаются:

1. Вопросительные конструкции, которые воздействуют на адресата таким образом, чтобы у него возник интерес узнать полную историю фильма. Вопросительное предложение, в основном, используются в концовке, например: *смогут ли они построить совместное счастье, несмотря на козни родных?; неужели им больше никогда не суждено быть вместе?* Это, как правило, риторические вопросы.

2. Простые предложения: *Сюжет этого нового увлекательного триллера рассказывает о четырёх женщинах; Мира работает официанткой. Она страдает от пагубного пристрастия к наркотикам.*

3. Сложные предложения, например: *Мокше приходится воевать с магом по имени Йоги, и эта борьба оказывает серьёзное влияние на её жизнь. Сюжет картины закручивается вокруг преуспевающего спортивного агента Рона Сена, который уже много лет занимается продвижением молодых талантов.*

4. Безличные предложения, например: *однажды ему приходится отвезти отца в местную клинику; но все это им придется испытать на себе.*

5. Для установления связи с адресатом употребляются такие синтаксические конструкции как: **в этом фильме вы станете свидетелями развития очень интересной любовной истории.; в этом фильме перед вами развернётся история любви, приправленная**

элементами остросюжетного боевика.; сначала вам будет показана история молодого человека по имени Дипак, который влюбился в девушку из другой касты.; сюжет картины расскажет вам об обычном индийском молодом человеке, которого зовут Мандар Понкие.

6. Важнейшим средством речевого жанра киноанонса являются конструкции с многоточием, которые используются в конце текстов, и, на наш взгляд, являются средством оказания влияния на адресата, направленным на то, чтобы вызвать интерес к фильму и его дальнейший просмотр: *Чтобы вырваться из нищеты, Мира вместе со своей подругой собирается ограбить одного состоятельного мужчину... Первое время Раджа не подозревает, что отец его избранницы ненавидит воров и очень жестоко наказывает тех, кто хотя бы попытался что-то у него украсть...; Бхавна рассказывает ему, что у него есть сын, которому уже десять лет. А мать мальчика недавно умерла...*

Интересной особенностью киноанонсов к индийским фильмам, на наш взгляд, является редкая встречаемость восклицательных предложений (1 предложение в 200 исследованных текстах), в то время как М.Г. Алексеева и К.П. Осипян отмечают, что в немецких киноанонсах встречаются их активное употребление [16].

9. Невербальные средства. Следует отметить, что изучаемые тексты киноанонсов являются креолизованными: вместе с текстовой, вербальной составляющей киноанонсов, встречаются и невербальные элементы. Среди них: постер, отражающий кадры из фильма, в нём обычно даются название, указан режиссер, перечислены актеры, показаны герои фильма. Функция этих постеров, как представляется, заключается в привлечении внимания адресата к чтению киноанонса и просмотру фильма (рис. 2).

Рис. 2. Примеры постеров фильмов

Вместе с постером отметим и инструменты для приглашения других людей к коммуникации. Это иконки социальных сетей, нажав на которые адресат может поделиться данным киноанонсом со своими знакомыми (рис. 3).

Этот параметр отличает исследуемый материал от киноанонсов, существующих в бумажной форме.

Таким образом, изучение речевого жанра киноанонса весьма актуально в настоящее время. Это вторичный, информативный, рекламный виртуальный речевой жанр с элементами императивного, целью которого является не только передача краткой информации о фильме, но и воздействие на адресата, привлечение его внимания и возбуждение интереса.

Рис. 3. Иконки социальных сетей как инструмент для приглашения к коммуникации

Анализ киноанонсов к индийским фильмам показал, что киноанонсы не во всех лингвокультурах могут быть построены одинаково: в киноанонсах к индийским фильмам отсутствуют подзаголовки и слоганы. Исследованные креолизованные тексты киноанонсов имеют устойчивую композицию, содержание, языковые средства, поэтому могут считаться речевым жанром. В отличие от других типов анонсов

(новостных анонсов) для киноанонсов не характерна такая черта, как агрессивность. Наиболее специфичными средствами языкового воплощения киноанонсов к индийским фильмам являются единицы лексико-семантического поля «любовь», слова *жизнь, судьба*, слова национально-специфического характера, а также почти полное отсутствие восклицательных предложений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ткачева Н.В., Эль-Бакри Т.В. Индийские медиа на орбитах мультикультурализма и либерализации // Вартанова Е.Л., Ткачёва Н.В., Филаткина Г.С., Эль-Бакри Т.В. Медиа-системы стран БРИКС: исторический генезис, особенности функционирования. М.: Аспект Пресс, 2018. С. 86–114.
2. Нефёдова Д.Н. Судьба индийского кинематографа в России // Вестник ВГИК. 2016. № 4 (30). С. 66–74.
3. Ковальчукова М.А. Новостной анонс в сети интернет как речевой жанр дискурса СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2009. 24 с.
4. Жаркова У.А. К проблеме интердискурсивности типа текста «Спортивный анонс» (на материале немецкоязычных текстов) // Вестник Нижневартбургского государственного университета. 2014. № 4. С. 21–29.
5. Малыгина Л.Е. Телевизионный анонс: Лингвостилистическая трансформация жанра // Русская речь. 2009. № 6. С. 76–79.
6. Грибкова Е.И. Реализация речевого воздействия в анонсе радионовостей // Наука и общество. 2013. № 2 (11). С. 11–14.
7. Гладкова Н.П. Лексико-грамматические и жанрово-стилистические особенности книжного анонса // Изоморфные и алломорфные признаки языковых систем : сб. ст. по материалам IV Ежегодной науч.-практ. конф. «Университетская наука – региону» (Ставрополь 12–19 апреля 2016 г.). Ставрополь, 2016. С. 101–107.
8. Сараева К.И. Анонс: способы выражения базовых компонентов (на материале анонсов художественных произведений на французском языке) // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2013. № 2 (121). С. 98–103.
9. Колодная Ю.А. Лингвопрагматические характеристики печатного креолизованного текста киноанонса (на материале немецкого языка) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2006. 21 с.
10. Панченко С.А. Лингвістичні параметри кіноанонсу : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Дніпропетровськ, 2008. 20 с.
11. Панченко С.А. Структура киноанонса как речевой цепи. Лінгвістика. Лінгвокультурологія : зб. наук. пр. Д. : Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту, 2011. С. 79–86.
12. Рогалева О.С. Современный киноанонс как тип текста: структурное и языковое оформление // Коммуникативные исследования. 2015. № 3 (5). С. 76–86.
13. Федотовских Т.Г. Средства привлечения зрительского внимания в киноанонсе как рекламном жанре // Речевая коммуникация в современной России : материалы III Междунар. конф. : в 2 т. (Омск, 27–30 июня, 2013 г.). Омск : Изд-во Омского гос. ун-та им. Ф.М. Достоевского. 2013. С. 506–516.
14. Кашкарова О.В. Лексико-семантические особенности текста киноанонса в английской и русской лингвокультурах // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы гуманитарного знания. 2016. № 1 (7). С. 160–163.
15. Дмитриева В.А. Эффективность языково-стилистических приемов в киноанонсах // Вестник МГУП им. Ивана Фёдорова. 2016. № 2. С. 152–156.
16. Алексеева М.Г., Осипян К.П. Специфика реализации информационной и апеллятивной функций киноанонса (на материале современного немецкого языка) // Вопросы филологии и переводоведения в контексте современных исследований : сб. науч. ст. XI Междунар. науч.-практ. конф. «Вопросы языковой динамики и лингводидактики: современные взгляды и научные исследования» (Чебоксары, 26 апреля 2019 г.). Чебоксары : Изд-во Чувашского гос. пед. ун-та, 2019. С. 3–7.
17. Копылов Ф.В. Рекламные анонсы в периодической печати как основной источник по истории городской кинокультуры периода Великой Отечественной войны (на примере г. Череповца) // Вестник Череповецкого государственного университета. 2012. Т. 1, № 4 (42). С. 25–28.
18. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров : в 7 т. Т. 5: Работы 1940–1960 гг. М. : Русские словари, 1996. С. 159–206.

19. Горошко Е.И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области // *Жанры речи*. Вып. 5. Жанр и культура. Саратов : Издательский центр «Наука», 2007. С. 370–389.
20. Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // *Жанры речи*. Вып. 6. Жанр и язык. Саратов : Издательский центр «Наука», 2009. С. 111–127.
21. Горошко Е.И., Жигалина Е.А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное // *Вопросы психолингвистики*. 2010. № 12. С. 105–123.
22. Шмелёва Т.В. Модель речевого жанра // *Жанры речи* : сб. науч. ст. Саратов : Изд-во Гос. УНЦ Колледж, 1997. С. 91–96.
23. Вежбицка А. Речевые жанры // *Жанры речи*. Саратов : Колледж, 1997. Вып. 1. С. 99–111.
24. Лебедева Н.Б. Коммуникативно-семиотическая модель жанров естественной письменной речи // *Русский язык: исторические судьбы и современность* : II Междунар. конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, филологический факультет, 18–21 марта 2004 г.): Труды и материалы. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. С. 364–365.
25. Шмелёва Т.В. Семантический синтаксис: Текст лекций из курса «Современный русский язык». Красноярск, 1994. 43 с.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 20 апреля 2020 г.

The Speech Genre of the Movie Announcement (On the Material of Movie Announcements of Indian Films)

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2020, 457, 16–25.

DOI: 10.17223/15617793/457/2

Anand Kumar Khemka, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: anandkhemka45@gmail.com

Keywords: speech genre; virtual genre studies; movie announcement; Indian films; cinema; India.

The aim of the work is to describe the speech genre of the movie announcement functioning in the Internet environment: to identify its main genre-forming and linguistic embodiment features. The material of the work consists of 200 movie announcements of Indian films written in Russian and posted on the website Indiankino.net. The material was collected through a continuous sampling method. The speech genre is described on the basis of the model proposed by Tatyana Shmeleva. The model consists of 7 constitutive parameters (communicative goal, image of the author and image of the addressee, image of the past and image of the future, parameters of dictum content and linguistic embodiment); some other additional parameters are also included (composition and account of non-verbal means) due to the characteristics of the analyzed material. The movie announcement is a secondary, informative, advertising virtual speech genre with elements of an imperative speech genre, the purpose of which is not only to transmit brief information about the film, but also to influence the addressee. In the analyzed texts of film descriptions (actually announcements), four main compositional elements are distinguished: (1) title of the film; (2) exposition; (3) brief plot of the film; (4) denouement. In contrary to the studies of other researchers on movie announcements, the author's material does not contain such a structural element as the slogan. The analysis of the material shows that the main theme of Indian films and, respectively, their announcements is love. Other topics, such as crimes, blood feuds, social conflicts, murders, politics, etc. are also found to some extent in movie announcements of Indian films along with the theme of love. Movie announcements represent how events develop in the film, how the fate of the characters unfolds; thus, the dictum content of all the analyzed texts is based on event-based and logical propositions. The characteristic means of the linguistic embodiment of the speech genre of the movie announcement are revealed at the lexical, morphological and syntactic levels. The studied creolized texts of movie announcements have their own stable composition, content, and language means. The analysis of the movie announcements of Indian films shows that movie announcements of films in different countries may be constructed in different ways. There are no subtitles and slogans in the movie announcements for Indian films. Unlike other types of announcements (news announcements), movie announcements do not possess the feature of aggressiveness. The most specific means of the linguistic embodiment of movie announcements of Indian films are units of the lexical-semantic field “love”, the words *life*, *fate*, words of nationally specific nature, as well as an almost complete absence of exclamatory sentences.

REFERENCES

1. Tkacheva, N.V. & El-Bakri, T.V. (2018) Indiyskie media na orbitakh mul'tikul'turalizma i liberalizatsii [Indian media in the orbits of multiculturalism and liberalization]. In: Vartanova, E.L. et al. *Mediasistemy stran BRIKS: istoricheskiy genezis, osobennosti funktsionirovaniya* [Media Systems of the BRICS Countries: Historical genesis, features of functioning]. Moscow: Aspekt Press. pp. 86–114.
2. Nefedova, D.N. (2016) Destiny of Indian cinema in Russia. *Vestnik VGIK – Journal of Film Arts and Film Studies*. 4 (30). pp. 66–74. (In Russian).
3. Koval'chukova, M.A. (2009) *Novostnoy anons v seti internet kak rechevoy zhanr diskursa SMI* [News Announcement on the Internet as a Speech Genre of Media Discourse]. Abstract of Philology Cand. Diss. Izhevsk.
4. Zharkova, U.A. (2014) To the problem of interdiscursivity of “sports announcement” type of text (based on the German-language texts). *Vestnik Nizhnevartovskogo gosudarstvennogo universiteta – The Bulletin of Nizhnevartovsk State University*. 4. pp. 21–29. (In Russian).
5. Malygina, L.E. (2009) *Televizionnyy anons: Lingvostilisticheskaya transformatsiya zhanra* [Television trailer: Linguo-stylistic transformation of the genre]. *Russkaya rech'*. 6. pp. 76–79.
6. Gribkova, E.I. (2013) Speech manipulation in radio announcement as a speech genre. *Nauka i obshchestvo*. 2 (11). pp. 11–14. (In Russian).
7. Gladkova, N.P. (2016) [Lexico-grammatical and genre-stylistic features of the book announcement]. *Izomorfnye i allomorfnye priznaki yazykovykh sistem* [Isomorphic and Allomorphic Features of Language Systems]. Proceedings of the IV Annual Conference “Universitetskaya nauka – regionu” [“University Science to the Region”]. Stavropol. 12–19 April 2016. Stavropol: Stavropol'skoe izdatel'stvo “Paragraf”. pp. 101–107. (In Russian).
8. Saraeva, K.I. (2013) Announcement: ways of expression of basic components (from materials of fiction announcements in French). *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie*. 2 (121). pp. 98–103. (In Russian).
9. Kolodnaya, Yu.A. (2006) *Lingvopragmaticheskie kharakteristiki pechatnogo kreolizovannogo teksta kinoanonsa (na materiale nemetskogo yazyka)* [Linguo-Pragmatic Characteristics of the Printed Creolized Text of the Movie Announcement (Based on the material of the German language)]. Abstract of Philology Cand. Diss. Samara.
10. Panchenko, S.A. (2008) *Lingvistichni parametri kinoanonsu* [Linguistic Parameters of Film Preview]. Abstract of Philology Cand. Diss. Dnepropetrovsk.
11. Panchenko, S.A. (2011) *Struktura kinoanonsa kak rechevoy tsepi. Lingvistika. Lingvokul'turologiya* [The Structure of the Movie Announcement as a Speech Chain. Linguistics. Linguoculturology]. Dnipropetrovsk: Dnipropetrovsk National University. pp. 79–86.
12. Rogaleva, O.S. (2015) Modern movie preview as a text type: structural and language execution. *Kommunikativnye issledovaniya – Communication Studies*. 3 (5). pp. 76–86. (In Russian).
13. Fedotovskikh, T.G. (2013) [The means of attraction of viewers' attention in the cinema bills as advertising genre]. *Rechevaya kommunikatsiya v sovremennoy Rossii* [Speech Communication in Modern Russia]. Proceedings of the III International Conference. Omsk. 27–30 June 2013. Omsk: Omsk State University. pp. 506–516. (In Russian).

14. Kashkarova, O.V. (2016) Leksiko-semanticheskie osobennosti teksta kinoanonsa v angliyskoy i russkoy lingvokul'turakh [Lexico-semantic features of the film announcement text in English and Russian linguocultures]. *Na peresechenii yazykov i kul'tur. Aktual'nye voprosy gumanitarnogo znaniya*. 1 (7). pp. 160–163.
15. Dmitrieva, V.A. (2016) The effectiveness of linguistic and stylistic techniques in the movie previews. *Vestnik MGUP im. Ivana Fedorova*. 2. pp. 152–156. (In Russian).
16. Alekseeva, M.G. & Osipyan, K.P. (2019) [The specifics of the implementation of the informational and appellative functions of the film announcement (based on the material of the modern German language)]. *Voprosy filologii i perevodovedeniya v kontekste sovremennykh issledovaniy* [Questions of Philology and Translation Studies in the Context of Modern Research]. Proceedings of the XI International Conference “Voprosy yazykovoy dinamiki i lingvodidaktiki: sovremennye vzglyady i nauchnye issledovaniya” [“Questions of Linguistic Dynamics and Linguodidactics: Modern views and scientific research”]. Cheboksary. 26 April 2019. Cheboksary: Chuvash State Pedagogical University. pp. 3–7. (In Russian).
17. Kopylov, F.V. (2012) Reklamnye anonsy v periodicheskoy pechati kak osnovnoy istochnik po istorii gorodskoy kinokul'tury perioda Velikoy Otechestvennoy voyny (na primere g. Cherepovtsa) [Advertising announcements in periodicals as the main source on the history of urban film culture during the Great Patriotic War (on the example of Cherepovets)]. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta – Cherepovets State University Bulletin*. 4–1 (42). pp. 25–28.
18. Bakhtin, M.M. (1996) *Problema rechevykh zhanrov* [The Problem of Speech Genres]. Vol. 5. Moscow: Russkie slovari. pp. 159–206.
19. Goroshko, E.I. (2007) Teoreticheskiy analiz Internet-zhanrov: k opisaniyu problemnoy oblasti [Theoretical analysis of Internet genres: to the description of the problem area]. In: *Zhanry rechi* [Genres of Speech]. 5. Saratov: Izdatel'skiy tsentr “Nauka”. pp. 370–389.
20. Goroshko, E.I. (2009) Internet-zhanr i funktsionirovaniye yazyka v Internete: popytka refleksii [Internet genre and the functioning of language on the Internet: an attempt at reflection]. In: *Zhanry rechi* [Genres of Speech]. 6. Saratov: Izdatel'skiy tsentr “Nauka”. pp. 111–127.
21. Goroshko, E.I. & Zhigalina, E.A. (2010) Virtual Genre Study: Fixed and Disputable. *Voprosy psikholingvistiki – Journal of Psycholinguistics*. 12. pp. 105–123. (In Russian).
22. Shmeleva, T.V. (1997) Model' rechevogo zhanra [Model of the speech genre]. In: *Zhanry rechi* [Genres of Speech]. Saratov: Kolledzh. pp. 91–96.
23. Vezhbitska, A. (1997) Rechevye zhanry [Speech genres]. In: *Zhanry rechi* [Genres of Speech]. 1. Saratov: Kolledzh. pp. 99–111.
24. Lebedeva, N.B. (2004) [Communicative-semiotic model of natural writing genres]. *Russkiy yazyk: istoricheskie sud'by i sovremennost'* [Russian Language: Historical destiny and modernity]. Proceedings of the II International Congress of Russian Language Researchers. Moscow. 18–21 March 2004. Moscow: Moscow State University. pp. 364–365. (In Russian).
25. Shmeleva, T.V. (1994) *Semanticheskiy sintaksis: Tekst lektsiy iz kursa “Sovremennyy russkiy yazyk”* [Semantic Syntax: Text of lectures from the course “Modern Russian language”]. Krasnoyarsk: Krasnoyarsk State University.

Received: 20 April 2020