

УДК 81'42

DOI 10.23951/1609-624X-2021-1-65-72

КОМПОЗИЦИЯ КАК ПАРАМЕТР ОПИСАТЕЛЬНОЙ МОДЕЛИ РЕЧЕВОГО ЖАНРА КИНОАНОНСА (НА МАТЕРИАЛЕ АНОНСОВ К ИНДИЙСКИМ ФИЛЬМАМ)

Кхемка Ананд Кумар

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск

Введение. Рассматриваются структурные элементы речевого жанра киноанонса, функционирующего в интернете. Сопоставляется структура киноанонсов разных типов, на основе полученных данных выявляется специфика композиции киноанонсов к индийским фильмам.

Цель – описать композицию речевого жанра киноанонса, функционирующего в интернете.

Материал и методы. Использован метод лингвостилистического анализа, включающий приемы наблюдения, сравнения, интерпретации, дискурсивного анализа. Материалом выступили 250 анонсов к индийским фильмам, написанных на русском языке и размещенных на сайте Indiankino.net. Объем текстов – 6–8 предложений (примерно 60–100 слов). Это киноанонсы к фильмам разных жанров: мелодрамам, драмам, триллерам, комедиям, боевикам и т. д.

Результаты и обсуждение. Исследуемые тексты обладают схожей тематикой, относительно устойчивой композицией и повторяющимся набором средств языкового воплощения, что позволяет рассматривать киноанонс как отдельный речевой жанр. Для анализа речевого жанра киноанонса предлагается описательная модель, в основу которой положена анкета речевого жанра, разработанная Т. В. Шмелёвой: коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, образ прошлого, образ будущего, тип диктумного содержания, особенности языкового воплощения, композиция и невербальные средства. Композиция киноанонса – один из важнейших жанрообразующих признаков. Определено, что композиция жанра киноанонсов к индийским фильмам, функционирующего в интернет-среде, включает в себя такие элементы, как заголовок, изображение (в основном постеры), дополнительная информация о фильме (имя героев и режиссера, год выхода, жанр, оригинальное название, язык, на котором доступен фильм), интернет-инструменты (рейтинг фильма, кнопки социальных сетей для обмена информацией о фильме с другими людьми), описание фильма: завязка, основная часть, концовка.

Заключение. Композиционная структура разных типов киноанонсов (например, печатных киноанонсов, киноанонсов, написанных на других языках) отличается друг от друга, что зависит от времени их написания, сферы функционирования, авторского стиля. Каждый структурный элемент речевого жанра киноанонса обладает прагматическим потенциалом, служит выполнению главных функций исследуемого речевого жанра – предоставление информации о фильме и воздействие на адресата, привлечение его внимания к картине.

Ключевые слова: речевой жанр, композиция, киноанонс, фильм, кино, Индия.

Введение

Появление киноиндустрии стало важным событием в мировой культуре. Впервые в истории человечества визуальный опыт стало возможным передать и, что не менее важно, продать широкой публике. В настоящее время эти две задачи решить не так сложно, поскольку существует интернет. В свободном доступе, с одной стороны, находятся многие фильмы, с другой стороны, информация о них: отзывы, киноанонсы и др.

Цель статьи – описать композицию речевого жанра (РЖ) киноанонса, функционирующего в интернете.

Киноанонсы представляют собой относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы текстов, что позволяет нам рассматривать их как единый РЖ: именно эти признаки обозначил М. М. Бахтин для выделения РЖ [1].

Исследований киноанонсов с позиции теории речевых жанров в российской лингвистике пока не представлено. Актуальность исследования опреде-

ляется тем, что одной из задач современного жанроведения является описание отдельных РЖ, создание номенклатуры жанров речи русского национального языка. Вместе с тем данная работа вписывается в контекст исследований в области виртуального жанроведения – нового направления в российской лингвистике, выделившегося из жанроведения, основная задача которого заключается в описании и структурировании всего многообразия виртуальных или интернет-жанров и способов их классификации [2]. Проблематика виртуального жанроведения была обозначена в работах Е. И. Горшко и Е. А. Жигалиной [2–4].

Актуальность исследования определяется также его материалом. Киноиндустрия Индии выпускает около 1 500 фильмов ежегодно, ее отличают самые короткие сроки производства [5]. Индийское кино стало доступно в СССР в 1950-х гг. А. Lipkov и Т. J. Mathew отмечают огромное влияние индийского кино: залы были переполнены, толпа собиралась в кассах, и любители Болливуда стоя-

ли у входа в кинотеатры в ожидании отмены бронирования [6, с. 185]. Однако советское кино впоследствии открылось для западного производства, увеличилось количество фильмов, изменилось их содержание и качество. Кино стало более демократичным, реалистичным, богаче в жанровом отношении и более гуманным. Индийская мелодрама нашла конкурентов в египетском, сирийском, мексиканском и, как это случилось, в советском вариантах. Но популярность индийских фильмов продолжала расти. Их место на экране становилось все более определенным и стабильным [6, с. 187]. С 1990-х гг., по мнению Д. Н. Нефёдовой, индийское кино постепенно сходит с больших киноэкранов, но с конца 1990-х гг. и в настоящее время благодаря распространению кабельного телевидения 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» [7, с. 71]. Данный факт вызывает интерес к изучению киноанонсов к фильмам именно этой страны.

Изучение киноанонсов представлено в работах Ю. А. Колодной [8], Т. Г. Федотовских [9], О. С. Рогалевой [10], В. А. Дмитриевой [11], М. Г. Алексеевой и К. П. Осипян [12], С. А. Панченко [13] и др. Исследователи в основном анализируют печатные и в меньшей степени электронные киноанонсы к российским, немецким и английским фильмам. Во всех отмеченных работах представлены схемы, композиционные элементы изучаемых киноанонсов. Имеются также работы, посвященные изучению отдельных структурных элементов кинотекста, которые также являются частями киноанонсов, например кинозаголовки [14, 15], постеры кино [16], трейлеры голливудских блокбастеров [17].

Материал и методы

Использован метод лингвостилистического анализа, включающий приемы наблюдения, сравнения, интерпретации, дискурсивного анализа.

Материалом исследования послужили 250 киноанонсов к индийским фильмам, написанных на русском языке и размещенных на сайте Indiankino.net. Объем текстов составил 6–8 предложений (примерно 60–100 слов). Это киноанонсы к фильмам разных жанров: мелодрамам, драмам, триллерам, комедиям, боевикам и т. д. Материал собран методом сплошной выборки. Рассматриваемые киноанонсы выполняют, с одной стороны, информативную функцию (раскрывают содержание фильма), с другой – функцию аттрактивную (привлечения внимания), воздействующую и рекламную.

Результаты и обсуждение

Изученные ранее киноанонсы, как правило, создавались к картинам, которые ожидалось в прокате; в располагаемом же нами материале анонсы написаны к фильмам разных эпох, начиная с середины XX в. и заканчивая современным периодом.

Мы рассматриваем киноанонс как речевой жанр. Для его описания разработана модель с опорой на анкету РЖ, предложенную Т.В. Шмелёвой, которая включает следующие элементы: коммуникативную цель, образ автора, образ адресата, образ прошлого, образ будущего, тип диктумного (событийного) содержания и особенности языкового воплощения [18, с. 97]. Указанная модель дополнена такими параметрами, как композиция киноанонсов и невербальные характеристики.

Построение текстов, композиция – один из важных признаков, идентифицирующих речевой жанр киноанонса. Это подтверждается и тем, что композиционную структуру, как уже отмечалось, рассматривают все исследователи данного типа текстов. Однако в зависимости от материала композиция может варьироваться и включать разнообразные элементы. Рассмотрим, какие варианты построения киноанонсов выявлены исследователями.

М. Г. Алексеева и К. П. Осипян изучают киноанонсы, опубликованные на немецком языке в периодических печатных СМИ Германии, и отмечают следующие информативные блоки в их структурной организации: жанр фильма, слоган фильма (если есть), собственно заголовок (названия фильма или анонса), основной текст (сюжет фильма), дополнительная информация (сведения о режиссерах, актерах, наградах, возрастных ограничениях, год выхода фильма в прокат, мнение критиков); различные указатели (рекламные партнеры фильма, QR-коды для перехода на сайт фильма и т. д.) [12, с. 4].

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 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) [8, с. 8]. Автор указывает на то, что с точки зрения структуры все анонсы можно классифицировать на стандартные и нестандартные, а количество компонентов может варьировать от 2 до 9.

Исследуя анонсы фильмов, размещенные на листовках, Т. Г. Федотовских выделяет их обязательные составляющие: название фильма, информация о дате выхода в прокат, сведения о создателях, указание призов, которые получил фильм, 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. [9, с. 507].

О. С. Рогалева при изучении кинофлаеров, собранных в кинотеатрах г. Омска в 2012–2013 гг., отмечает, что структурная модель исследуемых киноанонсов характеризуется наличием пяти компонентов: слоган фильма, заголовок (название фильма), основной текст (сюжет фильма), дополнительная информация (сведения о режиссере, актерах, награ-

дах, возрастных ограничениях и т. д.), различные указатели (рекламные партнеры фильма, QR-коды для перехода на сайт фильма и т. д.) [10, с. 77].

С. А. Панченко, исследуя структуру печатных 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) креолизованный оценочный компонент, условное обозначение жанра фильма; 5) в незначительном количестве случаев – кадр из фильма [13].

В. А. Дмитриева изучает киноанонсы к разнообразным фильмам, написанные на русском языке и размещенные на сайтах, посвященных анонсированию кинофильмов, и отмечает их основные структурные элементы: заголовок, основной текст рекламы фильма и ЭХО-фраза [11, с. 152].

Ниже приводится сравнительная таблица композиционных моделей различных авторов, где отмечено их наличие (+) или отсутствие (–), язык анонсов, сфера функционирования.

Составляющие элементы киноанонсов в композиционных моделях различных авторов

Элемент	В. А. Дмитриева: интернет, русский язык [11]	О. С. Рогалева: печатное издание, русский язык [10]	Ю. В. Колодная: печатное периодическое СМИ (журнал), немецкий язык [8]	С. А. Панченко: печатные периодические СМИ, русский язык [13]	М. Г. Алексеева и К. П. Осипян: печатные периодические СМИ, немецкий язык [12]	Т. Г. Федотовских: печатное издание, русский язык [9]
Заголовок (название фильма)	+	+	+	+	+	+
Основной текст (сюжет фильма)	+	+	+	+	+	+
ЭХО-фраза	+	–	–	–	–	–
Слоган фильма	–	+	–	–	+	+ / –
Жанр	–	–	+	–	+	+
Дополнительная информация (сведения о режиссере, актерах, наградах, возрастных ограничениях, годе выхода фильма в прокат и т. д.)	–	+	+	+	+	+
Указатели на рекламных партнеров фильма, QR-коды для перехода на сайт фильма и т. д.	–	+	–	–	+	–
Надзаголовок (цитата)	–	–	+	–	–	–
Подзаголовок	–	–	+	–	–	–
Изображение (фотография, сцена из фильма)	–	–	+	+	–	+
Подпись	–	–	+	–	–	–
Оценка фильма	–	–	+	+	–	–
Указатели: время показа, выхода в прокат; название канала; отметки; длительность	–	–	+	–	–	+

Таким образом, в таблице показано, что исследованные варианты композиций киноанонсов обладают общими и отличительными элементами. Так, общими для всех являются следующие элементы: заголовки и основной текст (сюжет фильма). В большинстве (5 из 6) моделей также присутствует элемент «дополнительная информация», который включает в себя сведения о режиссере, актерах, наградах, возрастных ограничениях, годе выхода фильма в прокат и т. д. В половине исследованных киноанонсов встречаются такие элементы, как жанр фильма и изображение (фотография или кадр из фильма).


Наличие или отсутствие тех или иных композиционных элементов киноанонса, как представляется, зависит от следующих факторов:

1) сфера функционирования: печатный киноанонс или киноанонс, размещенный на сайтах в интернете;

2) замысел автора и источник киноанонса: каждый автор, каждый источник, каждое издание имеет свой стиль;

3) время выхода, публикации киноанонса. Например, технология QR-кодов, распространение интернета и использование смартфонов стали очень популярными с начала XXI в., поэтому в настоящее время даже печатные киноанонсы могут содержать такие элементы, как QR-коды.



В отличие от рассмотренных композиционных схем, у исследуемых нами киноанонсов есть как общие элементы, присущие всем киноанонсам, так и уникальные.



Поскольку изучаемые киноанонсы к индийским фильмам функционируют в интернет-пространстве, они обладают особенностями, обусловленными этой коммуникативной средой: состоят как из вербальных, так и невербальных элементов. Вербальная часть содержит краткое описание фильма и сведения о нем, а невербальная – постер и разные инструменты, позволяющие оценить фильм, сделать репост и разместить информацию о фильме в социальных сетях, например  | Оценило: 24, и т. д.

Итак, композиция исследуемых киноанонсов характеризуется наличием следующих элементов:

1) название фильма (на русском и оригинальное название – на исходном языке);

2) изображение (фотография, сцена из фильма);

3) дополнительная информация (год выхода, жанр, сведения о режиссере, актерах, язык фильма (озвучка), оценка КП и IMDb  

4) интернет-инструменты: кнопки разных социальных сетей (Facebook, Mail.ru, «Одноклассники», Twitter, «ВКонтакте»  для обмена информацией о фильме с другими любителями кино; система оценивания киноанонса от одной до пяти звезд ( | Оценило: 24).

Далее следует описание фильма, в котором мы выделяем завязку, основную и концевую части.

Структура и композиция киноанонса представлена на рис. 1.



Рис. 1. Структура и композиция киноанонса

Компоненты, отсутствующие в речевом жанре киноанонса к индийским фильмам, представлены в других моделях построения киноанонсов:

- 1) ЭХО-фраза;
- 2) слоган;
- 3) дополнительные сведения (награды, возрастные ограничения, мнение критиков);
- 4) различные указатели (на рекламных партнерах фильма, QR-коды для перехода на сайт фильма и т. д.);
- 5) надзаголовок (цитата);
- 6) подзаголовок;
- 7) подпись;
- 8) указатели четырех типов (У1 – технические символы; У2 – время показа, название канала; У3 – отметки; У4 – длительность, время окончания фильма).

Рассмотрим композиционные элементы речевого жанра киноанонса к индийским фильмам и их роль:



1. Название / заголовок фильма – это неотъемлемая часть киноанонса, которая обычно повторяется пять раз (в начале киноанонса на обоих языках, в дополнительной информации на исходном языке, в постере фильма на исходном языке и перед началом основного текста киноанонса на русском языке). Приведем некоторые примеры заголовков: *Вдохновляющая любовь, В двух словах, Тесная связь, Любовь не знает границ* и т. п. Название фильма иногда содержит национально-специфические слова (например, антропонимы), которые привлекают внимание читателя, например: *Моя прекрасная Бинду, Мирза, Дорогой Зиндаги, Ки и Ка, Йогиня / Джоган, Барфи* и т. д. Заголовки оформляются в виде словосочетаний или предложений, иногда – в виде однословных названий.

Название фильма как часть композиции киноанонса играет важную роль для адресата. В большинстве случаев оно дает начальное представление о типе фильма (например, «Вдохновляющая любовь»). По названию мы можем предположить, что это фильм о любви. Название привлекает внимание потенциального зрителя, воздействует на него, оно может стать элементом мировой культуры. Как отмечают исследователи переводных кинозаголовков, «переводчику следует помнить о том, что в случае успешности кинокартины в прокате, название, под которым она фигурировала, войдет в национальную, а может, и мировую культуру» [14, с. 437].



2. Изображение (фотография, сцена из фильма). Изучаемые тексты киноанонсов являются креолизованными: вместе с текстовой, вербальной составляющей, встречаются и невербальные элементы. Среди них: постер, отражающий кадры из фильма, в нем обычно дается название, указаны режиссер и актеры, показаны герои фильма (рис. 2). Функция этих постеров, как представляется, заключается в привлечении внимания адресата к чтению киноанонса и просмотру фильма. Фотография с изображением актера, например, известного потенциальному зрителю, может послужить стимулом к знакомству с фильмом.



Рис. 2. Варианты постеров к индийским фильмам

3. Дополнительная информация (оригинальное название, год выхода, жанр, сведения о режиссере, актерах, оценке КП и IMDb  7.7  4.6). Эти сведения, как и название фильма, являются обязательными элементами РЖ киноанонса. Как отмечает Т. Г. Федотовских, «полюбившиеся персонажи способны привлечь зрителя в кинотеатр вне зависимости от сюжета фильма» [9, с. 508]. Дополнительная информация порождает интерес у читателя к просмотру данного фильма, потому что он может выбрать для себя фильм с его любимым жанром; фильм, в котором снимается его любимый актер, или фильм, который создан его любимым режиссером. Год выхода и оценка фильма позволяют адресатам принять решение, хочет ли он посмотреть данный фильм (старый / новый, с низкой / высокой оценкой) или нет.

Иными словами, дополнительные сведения оказывают воздействие на аудиторию и выполняют рекламную функцию.

4. Интернет-инструменты: кнопки разных социальных сетей (Facebook, Mail.ru, «Одноклассники», Twitter, «ВКонтакте» ) для обмена киноанонсом с другими любителями кино; система оценивания киноанонса от одной до пяти звезд ( | Оценено: 24). Эти инструменты также влияют на потенциальных зрителей, служат распространению информации о фильме, рекламируют его. Вместе с тем, размещая у себя на странице в социальной сети информацию о фильме, человек может вернуться к просмотру фильма, снова посмотреть его.

5. Описание фильма начинается с **завязки**, которая может включать разнообразную информацию. Анализ материала показал, что обычно в завязках даются имена главных персонажей фильма, сведения о месте, где происходит действие фильма, об эпохе, в которую разворачивается действие, сведения о режиссере. Например: *Интереснейшая мелодрама от режиссера Омира; Действие картины перенесет вас в начало 70-х годов прошлого века; Главный герой фильма, парень по имени Вир, в один прекрасный день встретил девушку Ишиту; Действие фильма разворачивается в штате Раджастан, который находится на севере Индии и т. д.*

6. Основная часть – это такая же неотъемлемая часть киноанонса, как и название фильма. Здесь дается сжатое представление о содержании фильма. Например: *Сюжет этой новой романтической кинокартины рассказывает о молодой паре, которой предстоит преодолеть множество препятствий на пути к совместному счастью. В современной Индии многие продолжают чтить традиции своих предков. Герои фильма сталкиваются с кровной местью и всевозможными кастовыми ограничениями, которые препятствуют развитию их отношений. И только благодаря люб-*

ви и полному взаимопониманию им удастся справиться с трудностями, которые любого другого поставили бы в тупик.

7. Концовка – в этой части в большинстве случаев встречается открытый финал, за исключением некоторых киноанонсов.

Открытый финал обозначается конструкциями с многоточием или вопросительным знаком, а также высказываниями с глаголами в форме будущего времени, не раскрывающими дальнейшую историю фильма. Например: *Однажды каждому из них придется сделать нелегкий выбор, от которого зависит очень многое; Чем же закончится эта захватывающая история? Вирен угрожает хозяину расправой, если он вернет все его честно заработанные деньги...* и т. д.

В некоторых киноанонсах в концовке встречаются утвердительные предложения, раскрывающие часть сюжетной линии: *Виджай влюбился в нее, но она не проявляет к нему никаких чувств, поскольку, кажется, уже не верит в любовь; Молодые люди хотят быть вместе навсегда, но вот только родители против этой затеи* и т. д.

Заключение

Таким образом, стоит отметить, что четкое структурирование текста киноанонса влияет на восприятие читателя и усиливает воздействующую функцию. Содержание киноанонса работает на привлечение внимания потенциальной аудитории только при определенном расположении материала.

Наличие или отсутствие тех или иных композиционных элементов киноанонса зависит от разных факторов, таких как место их размещения, стиль автора или издания, время выхода фильма и киноанонса к нему.

Некоторые композиционные элементы являются общими для всех типов киноанонсов, например заголовок, дополнительная информация, основной текст. Киноанонсы к индийским фильмам имеют также характерные для них элементы: изображение, интернет-инструменты, завязку и концевую часть.

К перспективам исследования можно отнести изучение воздействующей функции этих структурных элементов.

Список литературы

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров: в 7 т. Т. 5: Работы 1940–1960 гг. М.: Русские словари, 1996. С. 159–206.
2. Горошко Е. И., Жигалина Е. А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное // Вопросы психолингвистики. 2010. № 12. С. 105–123.
3. Горошко Е. И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области // Жанры речи. Саратов: Издательский центр «Наука», 2007. Вып. 5: Жанр и культура. С. 370–389.
4. Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // Жанры речи. Саратов: Издательский центр «Наука», 2009. Вып. 6: Жанр и язык. С. 111–127.
5. Вартанова Е. Л., Ткачева Н. В., Филаткина Г. С., Эль-Бакри Т. В. Индийские медиа на орбитах мультикультурализма и либерализации // Медиасистемы стран БРИКС: исторический генезис, особенности функционирования. М.: Аспект Пресс, 2018. С. 86–114.
6. Lipkov A., Mathew Th.J. India's Bollywood in Russia // India International Centre Quarterly 21. 1994. № 2/3. P. 185–194.
7. Нефёдова Д. Н. Судьба индийского кинематографа в России // Вестн. ВГИК. 2016. № 4 (30). С. 66–74.
8. Колодная Ю. А. Лингвопрагматические характеристики печатного креолизованного текста киноанонса (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2006. 21 с.
9. 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.
10. Рогалева О. С. Современный киноанонс как тип текста: структурное и языковое оформление // Коммуникативные исследования. 2015. № 3 (5). С. 76–86.
11. Дмитриева В.А. Эффективность языково-стилистических приемов в киноанонсах // Вестн. МГУП им. Ивана Фёдорова. 2016. № 2. С. 152–156.
12. 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.
13. Панченко С.А. Лінгвістичні параметри кіноанонсу: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Днепропетровск, 2008. 20 с.
14. Анисимов В. Е., Борисова А. С., Консон Г. Р. Лингвокультурная локализация кинозаголовков // Вестн. Российского ун-та дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2019. Т. 23, № 2. С. 435–459.
15. Петров Н. М., Крапивкина О. А. Кинозаголовок и его прагматическая функция // Молодежный вестник ИрГТУ. 2018. Т. 8, № 3. С. 191–193.
16. Chen Yunru, Gao Xiaofang. A Multimodal Discourse Analysis of Movie Posters. 2013. 10.5176/2251-3566_L313.106.

17. Moulton Carter. 'Announcement' Trailers and the Inter-Temporality of Hollywood Blockbusters // *International Journal of Cultural Studies*. 2019. Vol. 22, № 3. P. 434–449. DOI: 10.1177/1367877918794686.
18. Шмелёва Т. В. Модель речевого жанра // *Жанры речи: сб. науч. ст. Саратов, 1997. С. 91–96.*

Кхемка Ананд Кумар, аспирант, Национальный исследовательский Томский государственный университет (пр. Ленина, 36, Томск, Россия, 634050).
E-mail: anandkhemka45@gmail.com

Материал поступил в редакцию 07.10.2020.

DOI 10.23951/1609-624X-2021-1-65-72

COMPOSITION AS A PARAMETER OF THE DESCRIPTIVE MODEL OF THE SPEECH GENRE OF CINEMA ANNOUNCEMENT (BASED ON THE ANNOUNCEMENTS FOR INDIAN FILMS)

A. K. Khemka

National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation

Introduction. The paper analyzes the characteristics of the compositional structure of the speech genre of cinema announcement functioning on the Internet. The structure of movie announcements of different types is compared; the specificity of the composition of movie announcements for Indian films is revealed based on the data obtained.

Aim and objectives. Description of the composition of the speech genre of the cinema announcement, functioning on the Internet.

Material and methods. The study is based on the linguistic-stylistic analysis method, which includes observation, comparison, interpretation, discursive analysis. The material taken for research is 250 cinema-announcements for Indian films written in Russian and posted on the website Indiankino.net. The volume of the studied texts is 6–8 sentences (from 60–100 words). These are movie announcements for films of different genres: melodramas, dramas, thrillers, comedies, action films, etc.

Results and discussion. The studied texts have a similar theme, a relatively stable composition and a repeating set of means of linguistic embodiment, which allows us to consider the movie announcement as a separate speech genre. To describe it, a model has been developed that includes the following parameters: communicative goal, image of the author, image of the addressee, image of the past, image of the future, type of dictum content, features of the language embodiment, composition, verbal and non-verbal means. The composition of the movie announcement is one of the most important genre-forming features. It was determined that the composition of cinema announcements for Indian films operating in the Internet environment includes such elements as the title, image (mostly posters), additional information about the film (the name of the characters and directors of the film, year of release of the film, film genres, original name of the film, language in which the film is available), Internet tools (film rating, social media buttons for exchanging film information with other people), description of the film: exposition, main part, ending.

Conclusion. The compositional structure and elements of different types of movie announcements (for example, printed movie announcements, movie announcements written in other languages, movie announcements of films from other countries) differ from each other, which depends on the time of their writing, the scope of functioning, and the author's style. Each of the structural elements of the speech genre of cinema announcement has pragmatic potential and serves to fulfill the main functions of the studied speech genre – to provide information about the film and to influence the addressee and draw his attention to the film.

Keywords: *speech genre, composition, cinema-announcement, film, cinema, India.*

References

1. Bakhtin M. M. *Problema rechevykh zhanrov: v 7 t. T. 5: Raboty 1940–1960 gg.* [The problem of speech genres: in 7 vol. Vol. 5: Works of 1940–1960]. Moscow, Russkiye slovari Publ., 1996. Pp. 159–206 (in Russian).
2. Goroshko E. I., Zhigalina E. A. Virtual'noye zhanrovedeniye: ustoyavshayesiya i spornoye [Virtual genre studies: well-established and controversial]. *Voprosy psikholingvistiki – Journal of psycholinguistics*, 2010, no. 12, pp. 105–123 (in Russian).
3. Goroshko E. I. Teoreticheskiy analiz internet-zhanrov: k opisaniyu problemnoy oblasti [Theoretical analysis of Internet genres: to the description of the problem area]. *Zhanry rechi. Vyp. 5: Zhanr i kul'tura* [Genres of Speech. Iss. 5: Genre and Culture]. Saratov, Nauka Publ., 2007. Pp. 370–389 (in Russian).
4. Goroshko E. I. Internet-zhanr i funktsionirovaniye yazyka v Internete: popytka refleksii [Internet genre and the functioning of a language on the Internet: an attempt of reflection]. *Zhanry rechi. Vyp. 6: Zhanr i yazyk* [Genres of Speech. Iss. 6: Genre and Language]. Saratov, Nauka Publ., 2009. Pp. 111–127 (in Russian).

5. Vartanova E. L., Tkacheva N. V., Filatkina G. S., El'-Bakri T. V. Indiyskiye media na orbitakh mul'tikul'turalizma i liberalizatsii [Indian media in the orbits of multiculturalism and liberalization]. *Mediasistemy stran BRIKS: istoricheskiy genesis, osobennosti funktsionirovaniya* [Media systems of the BRICS countries: historical genesis, features of functioning]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2018. Pp. 86–114 (in Russian).
6. Lipkov A., Mathew Th. J. India's Bollywood in Russia. *India International Centre Quarterly* 21, 1994, no. 2/3, pp. 185–194.
7. Nefedova D. N. Sud'ba indiyского kinematografa v Rossii [The fate of Indian cinema in Russia]. *Vestnik VGIK – Journal of Film Arts and Film Studies*, 2016, no. 4 (30), pp. 66–74 (in Russian).
8. Kolodnaya Yu. A. *Lingvopragmaticheskiye kharakteristiki pechatnogo kreolizovannogo teksta kinoanonsa (na materiale nemetskogo yazyka)*. Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [Linguopragmatic characteristics of the printed creolized text of the movie announcement (based on German language material). Abstract of thesis of cand. philol. sci.]. Samara, 2006. 21 p. (in Russian).
9. Fedotovskikh T. G. Sredstva privlecheniya zritel'skogo vnimaniya v kinoanonse kak reklamnom zhanre [Means of attracting spectator attention in the movie announcement as an advertising genre]. *Rechevaya kommunikatsiya v sovremennoy Rossii: materialy III Mezhdunarodnoy konferentsii: v 2 tomakh (Omsk, 27–30 iyuniya, 2013 g.)*. Omsk, OmSU Publ., 2013. Pp. 506–516 (in Russian).
10. Rogaleva O. S. Sovremenny kinoanons kak tip teksta: strukturnoye i yazykovoye oformleniye [Modern movie announcement as a type of text: structural and linguistic design]. *Kommunikativnye issledovaniya – Communication studies*, 2015, no. 3 (5), pp. 76–86 (in Russian).
11. Dmitriyeva V. A. Effektivnost' yazykovo-stilisticheskikh priyemov v kinoanonsakh [The effectiveness of linguistic-stylistic techniques in film announcements]. *Vestnik MGUP im. Ivana Fedorova – Vestnik MGUP by Ivan Fedorov*, 2016, no. 2, pp. 152–156 (in Russian).
12. Alekseyeva M. G., Osipian K. P. Spetsifika realizatsii informatsionnoy i apellyativnoy funktsii kinoanonsa (na materiale sovremennoy nemetskogo yazyka) [The specifics of the implementation of the informational and appellative functions of the movie announcement (based on the material of the modern German language)]. *Voprosy filologii i perevodovedeniya v kontekste sovremennykh issledovaniy: sbornik nauchnykh statey. XI Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Voprosy yazykovoy dinamiki i lingvo didaktiki: sovremennye vzgliady i nauchnye issledovaniya» (Cheboksary, 26 aprelya 2019 g.)*. [Questions of Philology and Translation Studies in the Context of Modern Studies: Collection of articles. XI International Scientific and Practical Conference «Issues of linguistic dynamics and linguodidactics: modern views and scientific research» (Cheboksary, April 26, 2019)]. Cheboksary, Chuvash State Pedagogical University Publ., 2019. Pp. 3–7 (in Russian).
13. Panchenko S. A. *Lingvistichni parametri kinoanonsu*. Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [Linguistic parameters of the movie announcement. Abstract of thesis of cand. philol. sci.]. Dnepropetrovsk, 2008. 20 p. (in Russian).
14. Anisimov V. E., Borisova A. S., Konson G. R. Lingvokul'turnaia lokalizatsiya kinozagolovkov [Linguocultural localization of movie titles]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Lingvistika – Russian Journal of Linguistics*, 2019, vol. 23, no. 2, pp. 435–459 (in Russian).
15. Petrov N. M., Krapivkina O. A. Kinozagolovoki ego pragmaticheskaya i funktsiya [Movie title and its pragmatic function]. *Molodezhnyi vestnik IrGTU*, 2018, vol. 8, no. 3, pp. 191–193 (in Russian).
16. Chen Yunru, Gao Xiaofang. *A Multimodal Discourse Analysis of Movie Posters*. 2013. DOI: 10.5176/2251-3566_L313.106.
17. Moulton Carter. 'Announcement' Trailers and the Inter-Temporality of Hollywood Blockbusters. *International Journal of Cultural Studies*, vol. 22, no. 3, May 2019, pp. 434–449, DOI: 10.1177/1367877918794686.
18. Shmeleva T. V. Model' rechevogo zhanra [Speech genre model]. *Zhanry rechi: sbornik nauchnykh statey* [Speech genres: the collection of scientific articles]. Saratov, 1997. Pp. 91–96 (in Russian).

Khemka A. K., Postgraduate Student, National Research Tomsk State University (pr. Lenina, 36, Tomsk, Russian Federation, 634050).

E-mail: anandkhemka45@gmail.com