

Litera

Правильная ссылка на статью:

Шербакова М.В., Комлев Н.П. Медиалингвистические особенности текста настольной ролевой игры // Litera. 2024. № 3. С. 183-189. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.3.70142 EDN: JBEWLZ URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=70142

Медиалингвистические особенности текста настольной ролевой игры

Шербакова Милена Викторовна

преподаватель, кафедра русского языка № 5, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ milena_scherbakova@mail.ru

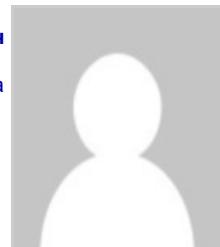


Комлев Никита Павлович

магистр, кафедра русского языка № 5, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ npk001@mail.ru



[Статья из рубрики "Лингвистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2024.3.70142

EDN:

JBEWLZ

Дата направления статьи в редакцию:

16-03-2024

Дата публикации:

09-04-2024

Аннотация: Предметом исследования выступают медиалингвистические особенности текста настольной ролевой игры (НРИ). Цель работы – выявление сущностных признаков медиатекста и ответ на вопрос, можно ли считать медиасопровождение настольной ролевой игры медиатекстом. Несмотря на достаточную разработанность темы

медиакоммуникаций в интернете, материал исследования представляет собой малоизученное явление, не охарактеризованное с точки зрения лингвистического своеобразия. Материалом исследования послужили транскрипты сессий настольной ролевой игры «Dungeons & Dragons» из фрагментов телепередачи «Critical Role», размещенные в открытом доступе и реализуемые в формате шоу на стриминговых платформах. В ходе исследования было рассмотрено возникновение и развитие понятия медиатекста, было отмечено значительное расширение семантики данного термина в условиях глобализации СМИ. Далее были систематизированы типологические свойства медиатекста как объекта лингвистических исследований медиа и проведен анализ текста НРИ на соответствие имеющимся критериям. В статье использовался описательный и сравнительно-сопоставительный методы; статистический метод для оценки популярности НРИ. При работе с транскриптом игры были реализованы программные методы языка Python: для повышения наглядности и создания корректной текстовой расшифровки. В результате были сделаны выводы о наличии у медиасопровождения НРИ таких медиалингвистических черт, как массовость, коллективное авторство, гипертекстуальность, интерактивность, мультимедийность и поликодовость, что составило научную новизну исследования. Сопоставительный анализ по критериям позволил проследить качественные изменения в типологии медиатекстов, где в роли основной категории, детерминирующей особенности бытования текста, выступает не жанр, а формат, позволяющий тексту функционировать в виртуальном пространстве. Кроме того, была подчеркнута целесообразность расширения терминологического аппарата медиалингвистики, с чем коррелирует переход к изучению трансмедийного повествования в контексте предмета исследования. Результаты наблюдений могут быть применены для совершенствования текстопорождающей деятельности, непрерывно сопровождающей игровой процесс, а также могут быть использованы для проведения аналогичных исследований на основе речевого материала настольных ролевых игр.

Ключевые слова:

медиатекст, медиалингвистика, настольная ролевая игра, категория автора, гипертекстуальность, трансмедийность, жанр, формат, Подземелья и Драконы, стриминг

Начиная изучение медиалингвистических особенностей того или иного явления, следует указать, что, согласно общепринятой лингвистической парадигме, «в центре внимания при изучении медийной речи — медиатекст» [\[12, с.11\]](#). Впервые появившийся в зарубежной литературе во второй половине XX века, термин «медиатекст» активно функционирует в современном научном сообществе последние три десятилетия. Значимый вклад в изучение феномена медиатекста сделали Т. Г. Добросклонская, С. И. Сметанина, С. И. Бернштейн, Д. Н. Шмелев, В. Г. Костомаров и Г. Я. Солганик [\[3, 8-11, 20, 35-39, 45-46\]](#), работы которых заслуженно можно считать первооткрытием.

Будучи одной из основных медиалингвистических категорий, медиатекст получает разные определения, и время показывает, что наиболее удачными оказываются самые «широкие» дефиниции. В 1987 г. Л. М. Майдановой удалось выявить некоторые особенности текста СМИ, актуальные по сей день. Среди них «полиадресатность» или «полиадресность», социальная направленность, полифункциональность с ориентацией на информационное воздействие, а главное, свойства конденсируемости (то есть свертывания до краткого текста) и ситуативности (отношения к ситуации) [\[27\]](#). Вероятно, последний термин здесь приводится в трактовке А. С. Штерна и Л. Н. Мурзина,

охарактеризовавших ситуативность как отнесенность текста к фрагменту внеязыковой действительности [31]. Для СМИ подобным фрагментом действительности являются обстоятельства, послужившие причиной порождения текста. С ними будут связаны и основные свойства медиатекста – массовость, коллективное авторство, гипертекстуальность, интерактивность и мультимедийность, открытость и интегративность, или поликодовость [9, 23-24, 44]. Очевидно, что в вышеупомянутой работе Л. М. Майдановой объект исследования не именовался «медиатекстом» – исследователь использовала понятие «газетный текст», что полностью соответствовало господствующему каналу и способу массового распространения информации на момент публикации статьи. В целом, на заре отечественной медиалингвистики теоретики весьма осторожно подходили к формулировке новых терминов и заимствованию англоязычных.

Так, С. И. Сметанина не формулирует дефиницию медиатекста, но изучает его в контексте культуры «в качестве источника получения информации о духовных импульсах и материальной сфере человеческой деятельности» [35, с. 78]. В. В. Богуславская свои исследования посвящает «журналистскому тексту» [50], Т. В. Шмелева проводит исследования «медийного текста» [48, с. 8], В. И. Коньков же и М. Ю. Казак, а также Д. Н. Шмелев и Г. Я. Солганик оперируют понятием «газетный» текст, который, впрочем, имеет свою специфику и может считаться своего рода «прадорителем» изучаемого нами явления [15, 18, 38-40, 46]. Если обратиться к трудам пионеров и первопроходцев этой сферы [3, 38-39, 45] и проанализировать терминологию, можно заметить, что «media» и другие английские заимствования в них встречаются отнюдь не часто. Тем не менее, данный факт не умаляет достижений перечисленных ученых. Более того, в разных трудах, важных для медиалингвистики по сей день и повлиявших на становление медиатекстологии [111], языковеды при внедрении новых терминов сталкивались с необходимостью разграничивать те или иные явления, причем некоторые из них частично или полностью подразумевают современный медиатекст, другие же остаются самостоятельными понятиями гуманитарного знания. Это могли быть следующие термины: журналистский текст или газетный, публицистический или газетно-публицистический; язык СМИ или текст СМИ, медийный текст. Отношения гипонимии данных понятий с «новостным» текстом или, например, с «рекламным», которые позднее Т. Г. Добросклонская выделит как жанры медиатекста [10, с. 13], также оставляли много нерешенных вопросов. Введение в обиход лексемы «медиатекст» было необходимым по ряду причин: не только для построения терминологического аппарата относительно новой научной отрасли – медиалингвистики, но и во избежание логической путаницы. Явление, лаконично обозначаемое в наши дни, должно было «выкристаллизоваться», получить объективные основания на существование и на собственное, отчасти заимствованное из английского языка, наименование.

В связи с возросшей ролью интернет-ресурсов в массмедиийной коммуникации, подавляющее большинство каналов продукции и распространения медиатекста находятся в интернет-пространстве. По этому поводу Н. А. Кузьмина дает интересный комментарий, предлагая использовать термин «веб-медиатекст», наиболее полно отражающий как сферу бытования текста («WWW»), так и «тип медиаканала» [24, с. 255]. Также она оправданно критикует громоздкие и тавтологичные образования наподобие «гипермедиатекста» и «интернет-медиатекста». Новым синонимом «веб-медиатекста» можно назвать появляющийся в статьях после 2020 г. «цифровой медиатекст» [28, с. 1014]. Такая атрибутивная конструкция тоже обладает маркером принадлежности к

коммуникативной среде. Однако на новый уровень выходит недавно появившееся понятие «трансмедиатекст» [7, 22, 33, 43]. На первый план в нем выносится сочетание интерактивности, мультимедийности и полифункциональности вербального веб-пространства. Г. Н. Трофимова рассматривает данное явление в рамках «языка цифровых трансмедиа» [33, с. 757], демонстрирующего тенденции к универсализации и конвергенции, что непосредственно влияет на языковой «вкус» и стилистические предпочтения аудитории.

Перейдем к рассмотрению вопроса, действительно ли понятие медиатекста требует дальнейшего расширения и корректировки. Обратимся к ставшему уже классическим определению Т. Г. Добросклонской: «Медиатекст с точки зрения медиалингвистики — это актуализированное в определенном медиаформате и объединенное общим смыслом последовательное сочетание знаковых единиц вербального и медийного уровней» [10, с. 30]. При формулировке дефиниции она предлагает делать упор не на поиск жанровой специфики медиатекста, а на «формат» (или «медиаформат») ввиду его большей распространенности в соответствующей сфере, а также ввиду универсальности его применения в рамках различных подходов к описанию текстов. «Когда говорят формат телевизионного канала, формат радиопередачи, формат журнала, то имеют в виду именно устойчивое соединение определенных внешних признаков с устойчивыми компонентами содержания и стиля» [10, с. 55]. Правоту Т. Г. Добросклонской можно подтвердить качественным изменением области функционирования исследуемого явления: лексема «жанр» была широко применима в годы господства физических носителей информации — печатных, книжных и газетных материалов; однако при характеристике медиатекста словоупотребление «формат» целесообразно ввиду современных особенностей его бытования — иначе потребовалось бы расширение термина «жанр». В наши дни можно говорить о развитии новых форматов внутри уже укоренившихся: это формат стрима как разновидности онлайн-трансляции, формат подкаста, формат сториз, формат блога [52, с. 22], [49, с. 70] или «блогоформат» [16], и т. п. Следовательно, надо признать, что на данном этапе, в связи с расширением медиакоммуникационных возможностей, расширяется и понятие медиатекста. Причем обязательное наличие у него такой характеристики, как формат, подчеркивает зависимость феномена медиатекста от экстравалингвистических факторов: появился новый формат трансляции текстовых сообщений — расширилось медиатекстовое содержание сетевых текстовых ресурсов.

В данном абзаце так же, как и в предыдущем, под форматом имеется в виду сочетание формальных и содержательных аспектов. Получается, что выход той или иной активности в массмедиа, представление ее в новом формате дает исследователям медиакоммуникаций новую пищу для размышлений, не только привлекая внимание к содержательной стороне этой активности, но и придавая ей междисциплинарную проблематику. Так произошло со сферой настольных ролевых игр. Возникновение стримингового формата, или формата стрима (от англ. stream — «поток»), позволило преодолеть сиюминутность, однократность и невоспроизводимость (творимость) ролевой игры. Изначально стрим был создан для «удаленной доставки зрителям и слушателям мультимедийных медиапродуктов в режиме реального времени» [29, с. 77]. Затем, для адаптации данного формата под потребности широкого зрителя и благодаря техническим возможностям, стримы стали храниться на платформах в виде воспроизводимых записей, тем самым обеспечивая пользователю возможность ознакомиться с контентом в любое время (наиболее популярные сервисы — «YouTube» и «Twitch»). У многих видеозаписей стримов даже присутствует транскрипт — текстовая расшифровка, сгенерированная

автоматически с помощью системы распознавания речи. Интересна разнородность в этой отрасли, вероятно, обусловленная зрительскими предпочтениями: в наше время одни стримы уже переходят в формат шоу, другие демонстративно отрицают временные или сюжетные ограничения, третьи поддерживают мультиформатность. По мнению М. Д. Болычевой, стриминговое вещание является «не просто отдельным видом вещания, который активно используется средствами массовой информации, но и полноценным социально-культурным феноменом, определяемым особенностями цифровой эпохи, спецификой новых форм взаимодействия современных СМИ с аудиторией, особой ролью потребителя как создателя контента» [\[5, с. 160\]](#).

Замечание о роли потребителя и создателя для текущего исследования особенно важно и заслуживает отдельного комментария. Во-первых, стриминговый формат обладает неоспоримым преимуществом мгновенной обратной связи, позволяя аудитории реагировать на происходящее по ту сторону экрана, отвечать на вопросы организаторов стрима, оставляя комментарии непосредственно во время трансляции. Иногда автор даже успевает выборочно читать ответы зрителей и, в свою очередь, отвечать желаниям аудитории (в контексте настольной ролевой игры это может быть выбор сюжетного поворота, типа конфликта, его развязки, так называемой «хорошой» или «плохой» для персонажей концовки). Как правило, авторский отклик воспринимается потребителем контента как большая удача или как поощрение, вызывает бурную эмоциональную реакцию, формируя у пользователя ощущение собственной уникальности, а также причастности к организаторам процесса стрима или шоу в целом. Зрители настольной ролевой игры в такой момент испытывают большее погружение в игровой процесс, поскольку стирается грань между автором и зрителем, сокращается дистанция между говорящим и реципиентом, особенно при обращении к комментатору по имени и во втором лице. Психологами было неоднократно отмечено: возможность мнимого выбора производит глубокое впечатление на человека, что активно используется во многих видеоиграх [\[4\]](#). Во-вторых, для настольной ролевой игры характерно коллективное авторство, ее авторами являются и мастер (ведущий игры), и игрок, то есть все участники выступают в роли создателей и потребителей контента одновременно. «Само создание истории происходит прямо в процессе игры, а авторами являются как игроки, так и мастер», – пишет О. И. Нефедова в статье, посвященной сторителлингу в настольной ролевой игре «D&D» («Dungeons and Dragons» – «Подземелья и Драконы») [\[32, с. 101\]](#).

Прежде чем перейти к анализу языковой специфики повествования НРИ, следует отметить актуальность субкультуры настольных ролевых игр как в СНГ, так и в дальнем зарубежье. В настоящее время данная субкультура столь разнообразна, что насчитывается около трехсот официальных издательств, выпускающих настольные ролевые игры на основе сотни различных игровых систем (List of tabletop role-playing games. Role-playing game-related lists: Wikipedia, the free encyclopedia. 2024. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_tabletop_role-playing_games accessed: 22.02.2024). Наиболее весомый вклад в развитие данного направления внесла игра «D&D» – «Подземелья и Драконы». Появление этой системы в 1974 г. в США (авторы Гэри Гейтекс и Дэйв Арнесон) ассоциируется в общественном сознании с зарождением движения НРИ в целом. В XX веке было положено начало квази-средневекового фэнтези в художественном направлении массовой культуры – неслучайно оригинальная версия игры выпускалась именно в данном жанре. Первые ролевые игры живого действия («LARP» – live-acting role playing game) стали проводиться примерно в то же время. Во второй половине XX века впервые появились тактические настольные игры, называемые

«варгеймами» (англ. «wargame» – военная игра), на основании которых и была разработана «D&D».

Стремительный рост популярности ролевого движения в странах СНГ произошел вследствие развития массмедиа. В начале 2010-х гг. настольные ролевые игры оставались нишевым хобби, однако с 2020 г. такие проекты, как «Подземелья Чикен Карри» (шоу на платформе «Youtube»), «Грядут приключения», «Sneaky Dice» (каналы на платформе «Youtube») демонстрируют следующие показатели:

- 1) каждый выпуск «Подземелий Чикен Карри» собирает в среднем по 3,3 млн просмотров (всего 23 выпуска);
- 2) канал «Грядут Приключения» с апреля 2021 г. набрал 120 тыс. подписчиков;
- 3) канал «Sneaky Dice» с апреля 2021 г. набрал 75,5 тыс. подписчиков (данные каналов платформы «Youtube»).

Чтобы отразить рост популярности YouTube-каналов, посвященных НРИ, были собраны данные с аналитического веб-сайта «Social Blade» (Social Blade. Social media analytics website. Raleigh, North Carolina United States. 2024. URL: <https://socialblade.com/> accessed: 01.03.2024), позволяющие проследить динамику увеличения числа подписчиков (Таблица 1). В свою очередь, аудиторию указанных каналов предлагается рассматривать в качестве сообщества представителей субкультуры НРИ, наиболее полно репрезентирующего их генеральную совокупность.

Таблица 1. Количество подписчиков наиболее популярных каналов по НРИ на платформе YouTube

Дата	«Вечерние кости», чел.	«Грядут Приключения», чел.	«Sneaky Dice», чел.	«Living Room Studio», чел.
апр.21	36281	9955	5200	21283
июн.21	39404	12264	9110	21887
авг.21	41631	16217	11823	22691
окт.21	43360	20363	15131	23091
дек.21	44790	23827	17434	23593
фев.22	46021	27144	19831	23993
апр.22	46854	29152	22135	24393
июн.22	48483	32518	26045	24993
авг.22	50212	37060	31260	25593
окт.22	50348	40181	35089	26095
дек.22	51081	42714	40112	26697
фев.23	51615	46269	45048	27497
апр.23	52149	48067	48355	27998
июн.23	52782	50355	51663	28400
авг.23	53216	52643	55372	28803
окт.23	54053	70909	63798	29605
дек.23	54478	101036	68402	30107
фев.24	55112	122341	75523	30711

В среднем за два года популярность наиболее просматриваемых каналов выросла на 278,2% (Рис. 1).

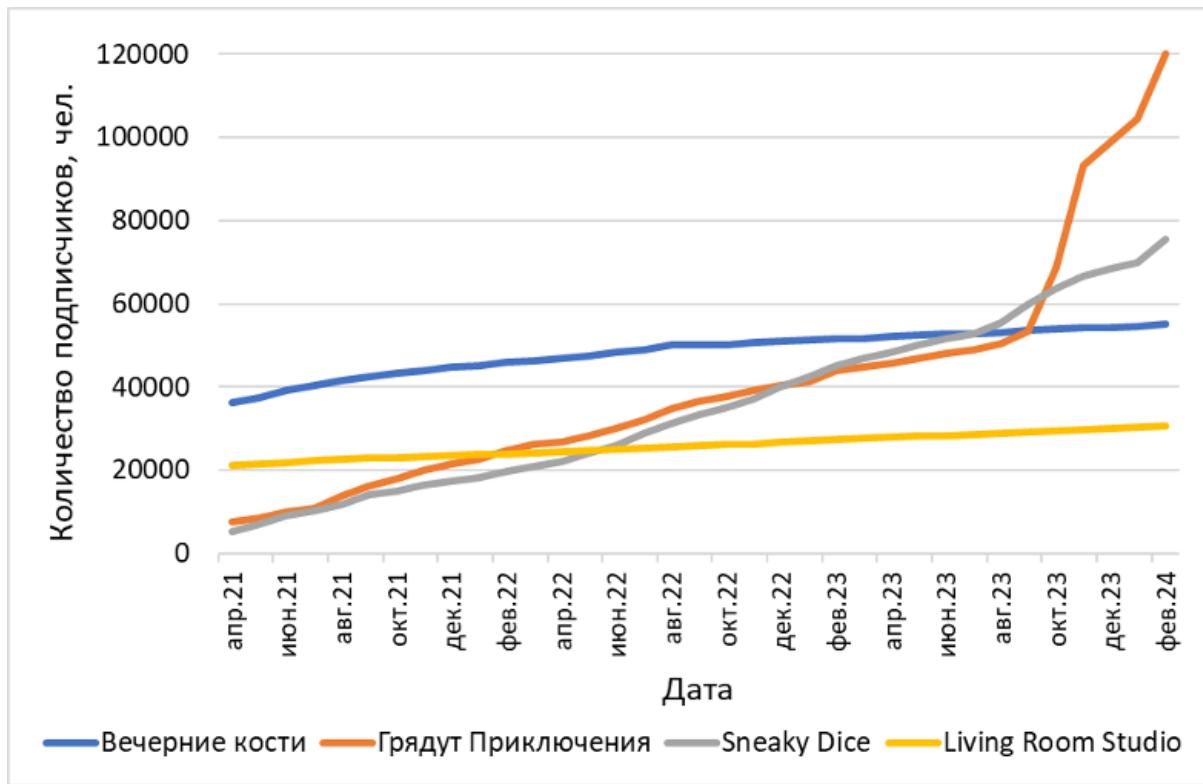


Рис. 1. Линии роста количества подписчиков наиболее популярных каналов по НРИ на платформе YouTube

По результатам опроса организаторов крупнейших НРИ-пространств «ДАНЖ» и «Врата героев», с выходом отечественных игровых трансляций на популярные стриминговые платформы количество игроков в городе Москва возросло в 3 раза за последние 3 года (источники: Интерактивно-приключенческий театр «Врата героев»: официальный сайт. – Москва, 2024. URL: <https://heroesgate.ru/> дата обращения: 22.02.2024. Клуб настольных ролевых игр «Данж»: официальный сайт. – Москва, 2024. URL: danj.ru/ дата обращения: 22.02.2024).

Наиболее распространенная концепция игры заключается в наличии нескольких участников, которые в устной форме описывают действия подконтрольных им персонажей, в то время как мастер игры («GM» – game master) отвечает за конструирование воображаемого игрового мира и озвучивает реакцию на действия игроков. Для оценки успеха того или иного действия частым инструментом выступают игральные кости с различным количеством граней. Кости необходимы для внесения элемента случайности в происходящие события. В современной культуре НРИ принято выделять три школы, на которые делятся игровые системы: старая школа (oldschool), средняя школа (midschool) и новая школа (newschool). Главными критериями дифференциации выступают, во-первых, степень незыблемости правил: в играх старой школы возможность и порядок совершения любых действий определяется правилами, в играх новой школы правила наиболее гибки и сводятся до уровня рекомендаций. Во-вторых, важный критерий – уровень концентрации так называемых нарративных прав в руках мастера (в играх старой школы большая часть прав принадлежит мастеру игры, в играх новой школы роль мастера иногда вовсе нивелируется).

Рассмотрение медиалингвистических особенностей настольной ролевой игры подразумевает, что в распоряжении исследователя есть текст, то есть транскрипт этой игры. Обратимся к тексту американского шоу «Critical Role» (2015 – настоящее время), аналогичному вышеупомянутым русскоязычным каналам (Critical Role. Weekly

livestreamed show. 2024. URL: <https://critrole.com/shows/critical-role/> accessed: 28.02.2024). Сделанный выбор обусловлен, во-первых, удобством автоматизации текстовой обработки, во-вторых, тем, что участники «Critical Role» – профессиональные актеры озвучивания. Благодаря развитому функционалу платформы «Youtube», текстовая расшифровка большинства игр находится в открытом доступе, более того, она может быть предоставлена на разных языках. Однако данные транскрипта не были бы наглядны без предварительной обработки, поэтому для структуризации лингвистического материала большого объема была проведена автоматизированная обработка данных посредством алгоритмов, написанных с помощью языка программирования Python. Структуризация также предоставляет возможность для дальнейшей разметки текста, способствующей проведению машинного анализа естественного языка. Таким образом, с материалом исследования можно ознакомиться по ссылке:

<https://drive.google.com/file/d/1GNPisg1ZDfJxq8QakfZ14cSXbhKxGNgE/view?usp=sharing>

Перейдем к рассмотрению ключевых категорий медиатекста применительно к верbalному медиасопровождению настольной ролевой игры на основе собранного текстового материала. Будучи объектом медиалингвистики [24, с. 11], ее базовой категорией [10, с. 26] и основной формой взаимодействия производителя контента с потребителем [34, с. 98], медиатекст обладает рядом отличительных особенностей. Анализ медиалингвистических типологий и критериев выделения медиатекста показывает, с одной стороны, отсутствие единства классификации, с другой стороны – широкий диапазон гипотетических признаков.

Обратимся к ряду общепризнанных типологических описаний, сформулированных отечественными медиалингвистами – Т. Г. Добросклонской, Н. А. Кузьминой, Г. Я. Солгаником, Н. В. Чичериной [8-10, 24, 36, 44]. «Специфика медиатекстов определяется, прежде всего, тем, что они рассчитаны на массовую аудиторию», – именно такую черту, как **массовость**, подчеркивал Г. Я. Солганик, называя ее первой характеристикой при формулировке собственной дефиниции [36, с. 11]. Здесь он ссылался на авторитетное мнение Ю. М. Лотмана о принципиальном различии персональной коммуникации и массовой [36, с. 11]. Переход к иной адресности текста оказывает непосредственное влияние на **категорию авторства**. Сначала исследователями отмечалось совмещение автора «частного» и автора «социального» в личности одного человека – создателя текста [37, с. 17], далее речь уже шла о коллективном производстве медиапродукта [24, с. 12], наличии «коллегиального» автора (мнение Е.П. Прохорова [12, с. 17], Н. А. Кузьминой [24, с. 17]), или, что более употребительно, – «коллективного» [1, с. 75], [10, с. 35], [44, с. 162], [51, с. 325]. Усложнение категории авторства Т. В. Шмелева связывает с «увеличением числа голосов» (по М. М. Бахтину), дифференцируя уровень проявленности чужого голоса в медиатексте на усложнение первой, второй или третьей степени [47, с. 11].

Касательно игровой коммуникации, ее массовость обусловлена вышеописанным появлением новых «жанров-форматов» [10, с. 40], их широким распространением, а также выходом НРИ на стриминговые сервисы и их обретением элементов жанра шоу. **Коллективное авторство** же доказывается при анализе роли потребителя и создателя, взаимодействие которых представляется актуальным феноменом постмодернизма: читатель становится «участником условной коммуникации» [30, с. 85]. Благодаря мгновенному характеру обратной связи диалогические отношения между авторским «Я»

и читательским трансформируются, автор и читатель становятся «равноправными партнерами в процессе диалогических отношений» при генерации игрового нарратива [17, с. 12], «Я и Другой могут меняться местами» [17, с. 12]. Вышеупомянутое нивелирование прежде доминировавшего мастера позволяет всем игрокам выступать равноправными авторами творимой ими игровой действительности.

В анализируемых нами играх взаимопроникновение идей автора-мастера и игрока-персонажа осложняется присоединением к их диалогу зрителя-комментатора. «Массмедиа не только распространяют информацию, но и оказывают значительное влияние на свою аудиторию по всему миру» [19, с. 23], причем они нередко «отталкиваются от желаний самих потребителей контента, особенно в Интернете» [32, с. 102]. Так, не без влияния интернет-коммерции, возникает возможность говорить об уникальном виде коллективного авторства, имеющего уже не диалогический, а полилогический характер. По словам И. В. Ерофеевой, «медиатекст склонен к синтезу и гармонизации индивидуального и социального, он одновременно открывает аудитории неповторимый творческий потенциал автора, „уподобляясь автономной личности“, и демонстрирует самобытность национального мировосприятия, приобретая черты модели культуры» [13, с. 10]. Действительно, благодаря трехуровневому коллективному авторству в тексте НРИ отражается расширенный спектр образов и аллюзий, отсылок и прецедентных текстов. Интертекстуальные возможности в современных играх уже столь обширны, что становятся темой отдельного научного исследования [42]. «D&D» в этом плане, с точки зрения когнитивного литературоведения, использует не только феномены прецедентности, но и «мифологические модели» разных культурных традиций» [32, с. 102].

Упоминание о наличии в тексте НРИ разного рода гиперссылок позволяет перейти к следующей черте медиатекстов – **гипертекстуальности**. Как и большинство игр в квазисредневековом антураже, «D&D» опирается на классические фэнтезийно-приключенческие сюжеты, часто с элементами детектива, хоррора или мистики. Всевозможные архетипы, штампы и клише находят широкое применение в игре, а с точки зрения ономасиологии практически каждый оним несет в себе гиперссылку, как правило, на литературное произведение или культурный артефакт, а иногда – на что-то локально известное в игровом сообществе, к примеру, на определенный момент предыдущей игры. Кроме гипертекстуальности И. Д. Фомичева и М. М. Лукина называют ключевыми признаками всех медиа **интерактивность и мультимедийность** [25]. Интерактивность, представляющая собой взаимодействие участников медиакоммуникации, характерна для трансляции НРИ (она проиллюстрирована выше примером комментирования стрима). Установленный таким образом контакт автора, участников игры и зрителя можно считать интерактивной деятельностью, эмоциональным и информационным обменом. Мультимедийность сопровождения НРИ не оставляет сомнений: медиатекст может быть воспринят посредством разных каналов одновременно – визуального, верbalного, аудиального – так же происходит перцепция игровой системы. Еще до появления цифровых технологий ведущие игры использовали для украшения своего повествования разные изображения (иконические знаки, карты местности), звуковые эффекты, музыку. Иными словами, креолизованный текст («текст, состоящий из вербальной и невербальной (изображение) частей» [41, с. 9]) всегда был средством более углубленного погружения в игру. Более того, можно утверждать, что синкетичность, подразумевающая сочетание разных форм художественного творчества, и мультимедийность, указывающая на многообразие перцептивных каналов, стали одними из первых отличительных особенностей НРИ.

М. Ю. Казак добавляет к перечню И. Д. Фомичевой и М. М. Лукиной такие категории, как **открытость и интегративность**, или поликодовость [\[14, с. 323\]](#). Открытость медиатекста, по мнению ученых, соотносится с категорией его интертекстуальности [\[23, с. 16\]](#),[\[2, с. 110\]](#). Сфера функционирования медиатекста как семиотического явления – глобальное информационное пространство, поэтому он приобретает вышеописанные свойства, а также становится поликодовым (интегративным) [\[24, с. 15\]](#). В свою очередь, НРИ конструирует особую семиотическую систему, насыщенную конвенциональными знаками, многие из которых можно дешифровать исключительно внутри игрового сообщества. Тем самым усвоение правил игры осложняется рядом незнакомых многозначных терминов, «ложных друзей» новичка; повышается «порог вхождения» новых пользователей в сообщество. К примеру, «инициативой» в «D&D» называется показатель очередности хода в боевой сцене. Среди всех числовых значений игрового кубика числа 20 и 1 – критические знаки, «криты», после выпадения которых следует подробное описание сцены успеха или провала. Смена освещения или музыки сообщает игрокам о начале нового этапа и т. д.

В классификации Н. А. Кузьминой [\[24, с. 11-17\]](#) приведено еще несколько признаков медиатекста, актуальных для транслируемой в массы настольной ролевой игры: одноразовость и невоспроизводимость; опосредованность коммуникации и особый характер обратной связи; производство «на поток», значимость технических средств трансляции (ее формата), а также экономический параметр.

Все перечисленное характерно для медиасопровождения ролевой игры. Так, опосредованность коммуникации техническими инструментами – современными компьютерными ресурсами – создала условия для трансляции медиаречи через интернет, и тогда стала возможной популяризация так называемых «жанров-форматов» (стрим, инфотейнмент и др. [\[10, с. 40\]](#)). Одноразовость и невоспроизводимость игрового момента были преодолены только благодаря развитию технологий записи и транскрибирования, что сделало возможным и проведение данного исследования. Однако с точки зрения пребывания записи игры в информационном потоке эти признаки до сих пор актуальны – здесь подразумевается сиюминутность роли того или иного выпуска в бедне интернет-контента, полное подчинение правилу быстротечности феноменов информационной культуры. В современных реалиях экономический параметр, тесно связанный с производством «на поток», занимает не последнее место и при производстве НРИ, оказывая влияние как на содержание, так и на способ воплощения игр: вследствие монетизации онлайн-платформ авторы игровых трансляций стали задумываться об удержании зрительского внимания, что привело к внедрению элементов жанра шоу (медиатекст «третьего порядка» по Т. Г. Добросклонской [\[10, с. 42\]](#)), разбиению многочасовых игр на серии, обращению к форматам «shorts» и «stories», а также к разным маркетинговым ходам. Потребительский запрос на продолжение повествования послужил почвой для порождения сиквелов, приквелов и другого гипертекстового контента в фан-сегменте. О характере обратной связи уже было сказано в примере с комментированием, откуда можно сделать вывод, что его специфика, прежде считавшаяся «отложенной», отсутствующей или подобной имитации общения [\[6, с. 102\]](#), в наши дни приобретает все большую непосредственность, а «отложенность» коммуникации сокращается до времени пинга, то есть до нескольких миллисекунд (пингом называется промежуток времени, за который сообщение доставляется с компьютера на сервер, в нашем случае это будет время, необходимое для доставки комментария от адресанта и адресату, от комментатора к стримеру).

Итак, сопоставительный анализ демонстрирует определенную корреляцию транскрипта игры с медиатекстом. Более того, для обоих явлений характерны «принцип вращающейся двери» и «принцип вхождения в роль» [\[1, с. 75\]](#). Первый подразумевает периодическое повторение одной и той же информации, использование схожих сюжетов или однотипных структур для создания эффекта новизны и значимости сообщения. В результате возможно появление новых «мифологем языковой личности» [\[1, с. 76\]](#). В фанатском дискурсе это, как правило, фэнтезийные, гротескные образы, паремиологические единицы, шутливо-игровые речевые произведения, анекдотичные истории. Второй принцип является системообразующим в НРИ и позволяет адресату ощутить себя в театре «настольно-ролевых» действий, проникнуться собственной причастностью к происходящему.

Развивая мысль о том, что массмедиийные тексты, несмотря на мнимую невозможность сведения их к единому вектору, все же обладают общими чертами, В. Г. Костомаров утверждал: «Все они одинаково непредсказуемы по содержанию и одинаково рассчитаны на непредсказуемую массовую аудиторию, контакт с которой технически опосредован» [\[21, с. 188\]](#). Невозможность предугадать развитие событий – один из основных импульсов, увлекающих человека в мир НРИ и предлагающих претворить в жизнь любые фантазии. Воплощение же достигается посредством современных технологий и даже инновационных нейросетевых ресурсов, что ещё больше стимулирует интерес и вовлеченность игроков при постоянном колебании между игровым и действительным, реальным и нереальным, а такое колебание характерно для культуры метамодерна.

Таким образом, текст настольной ролевой игры можно отнести к категории медиатекстов, что доказывается соответствием основных сущностных признаков изучаемых явлений. Медиатексты включают в себя разные формы коммуникации и разные каналы передачи информации, сочетая вербальные и невербальные; аудиальные и визуальные элементы. Текст ролевой игры насыщен описаниями мира, персонажей, диалогами и правилами – все перечисленное представляет собой основные игровые компоненты, для эффективной реализации которых требуется особое, синкетичное, «креолизованное» выражение. Отражая взаимодействие всех участников НРИ, текст ролевой игры является одним из основных средств игровой коммуникации, и его можно рассматривать как форму медиатекста. Но сам по себе текст НРИ становится медиатекстом только в тот момент, когда начинает транслироваться в массы с использованием стриминговых платформ с функцией транскрибирования – именно тогда появляется возможность текстовой «инкапсуляции» мысли «человека играющего», следовательно, возникает и возможность рефлексивного анализа языкового материала. В этом плане текст НРИ выходит на новый, «трансмедиальный» уровень, подразумевающий «трансмедиальный нарратив» как повествование, которое развивается в нескольких средах, где «каждая сюжетная линия вносит особый и ценный вклад в общее повествование» (по Г. Дженкинсу). Эта новая форма повествовательной деятельности делает возможным переход от «индивидуального и пассивного потребления к коллективному и активному развлечению» [\[53, с. 35\]](#).

Библиография

1. Антонова Л.Г. Медиатексты в современной массовой коммуникации // Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. статей / Отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2012. С. 74-80.
2. Артамонова Ю.Д., Кузнецов В.Г. Герменевтический аспект языка СМИ // Язык средств массовой информации. М., 2008. С. 99-117.

3. Бернштейн С.И. «Язык радио». АН СССР, Ин-т языкоznания. – Москва: Наука, 1977. – 46 с.
4. Бозаджиев В.Л. Электронные аддикции, их виды и психологические характеристики // Теоретические и прикладные проблемы науки о человеке и обществе: социальный, правовой, экономический аспекты под общей ред. М.В. Посновой. Петрозаводск: Изд. Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2020. С. 127-149.
5. Болычева М.Д. Стиминговое вещание как феномен современной медиасреды // Коммуникология. Т. 6, № 4. 2018. С. 159-169.
6. Васильева Е.Н. Интерактивность сетевых СМИ: функциональные задачи и формы // Вестник Южно-Уральского Государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2022. Т. 22, № 3. С. 102-107.
7. Деминова М.А., Харькова Д.В. Определение трансмедиатекста // Медиаисследования. 2020. № 7. С. 96-103.
8. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е, стереотипное. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
9. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008. – 264 с.
10. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления / Татьяна Добросклонская. – [б. м.]: [б. и.], 2020. – 180 с.
11. Добросклонская Т.Г. Медиатекстология: системный подход к изучению форматно-жанрового разнообразия современной медиаречи // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2023. Т. 26, № 4. С. 118-135.
12. Дускаева Л.Р., Цветова Н.С. Медиатекст как полийнтенциональная система: сб. статей / Отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2012. – 250 с.
13. Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре: презентация ценностей в журналистике начала ХХI в.: дис. док. Фил. Наук: 10.01.10 / Ерофеева Ирина Викторовна ; СПБГУ. – Санкт-Петербург, 2010. С. 10.
14. Казак, М.Ю. Специфика современного медиатекста / М.Ю. Казак; НИУ БелГУ // Лингвистика речи. Медиастилистика: кол. моногр., посвящ. 80-летию проф. Г.Я. Солганика. – Москва, 2012. – С. 320-334.
15. Казак М.Ю. Язык газеты: учеб. пособие. Белгород: ИД «Белгород», 2012. – 120 с.
16. Карякина К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. 2010. № 1. – 28 с.
17. Кондаков Б.В., Абрамова В.С. Автор и читатель в пространстве художественного текста // Филологические заметки. 2009. Т 1. С. 10-12.
18. Коньков В. И. Речевая структура газетного текста / Санкт-Петербург: Издательство С.-Петербургского университета, 1995. – 158 с.
19. Короткевич Д.О. Особенности языковой концептуализации образа зарубежного государства в американских СМИ // Язык и литература в проблематике современных гуманитарных наук: сб. науч. тр. по лингвистике и литературоведению. Московский городской педагогический университет. М., 2021. С. 23.
20. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. Москва: Педагогика-пресс, 1994. – 247 с.
21. Костомаров В.Г. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики. М., 2005. С. 188.
22. Красноярова О.В. Новые термины в теории журналистики и массовой коммуникации: процессы формирования и принципы функционирования // Вопросы теории и практики

- журналистики. 2015. № 3. С. 229-238.
23. Кузнецова А.В. К определению понятия медиатекста // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 2010. № 5. С. 141-145.
24. Кузьмина Н.А. Современный медиатекст: учебное пособие / Отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.
25. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.
26. Маевская А.Ю. Интенциональные особенности медиатекста в глянцевом журнале // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2016. № 3 (105). С. 62-64.
27. Майданова Л.М. Структура и композиция газетного текста: средства выразительного письма. Красноярск, 1987. – 180 с.
28. Мальцева Я.В. Массовая коммуникация как пространство для новых медиатекстов и медиаконструкций // Риторические традиции и коммуникативные процессы в эпоху цифровизации: сборник трудов XXIII Международной научной конференции (6-8 февраля 2020 г.). – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2020. С. 1014-1028.
29. Мирошник М.А. Формирование стрима как нового медиаформата распространения информации взаимодействия с аудиторией. Игровые и неигровые стримы // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 2 (44). С. 76-82.
30. Моташкова С.В. Диалог автора и читателя в постмодернистском лингвоэстетическом дискурсе // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2013. № 2. С. 85-89.
31. Мурзин Л.Н., Штерн А.С. Текст и его восприятие / Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1991. – 171 с.
32. Нефедова О. И. Особенности сторителлинга в настольной ролевой игре Dungeons & Dragons // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Том 16. Выпуск 1. С. 97-103.
33. Параккини Л., Трофимова Г.Н. Функционально-семантические доминанты языка цифровых трансмедиа в контексте актуальных проблем межкультурной коммуникации // Вестник Российской университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2023 Т.14 № 3. С. 757-768.
34. Селютин А.А. Медиалингвистика и медиатекст: теория и практика // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2017. № 22-2. С. 97-99.
35. Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры. СПб., 2002. – 383 с.
36. Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 7-15.
37. Солганик Г.Я. Общая характеристика языка современных СМИ в сопоставлении с языком СМИ предшествующего периода // Язык массовой и межличностной коммуникации. М.: Медиамир, 2007. С. 17-18.
38. Солганик Г.Я. О языке газеты: учеб.-метод. пособие для студентов-заочников фак. и отд-ний журналистики гос. ун-тов / М-во высш. и сред. спец. образования СССР. Науч.-метод кабинет по заоч. и вечернему обучению Моск. гос. ун-та им. М. В. Ломоносова. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1968. – 48 с.
39. Солганик Г.Я. Системный анализ газетной лексики и источники ее формирования: Автограферат дис. на соискание ученой степени доктора филологических наук. (10.01.10) / [МГУ]. Фак. журналистики. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 53 с.
40. Солганик Г. Я. Стилистика газетных жанров / Г. Я. Солганик, М. К. Милых, В. П. Вомперский и др.; под ред. Д. Э. Розенталя. Москва: Изд-во МГУ, 1981. – 229 с.
41. Сорокин Ю.А, Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция //

- Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. С. 9-15, 180-181.
42. Харлашkin M.H. Интертекстуальность в англоязычных компьютерных играх // Вестник МПГУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». 2017. С. 108-113.
43. Харькова Д.В. Определение трансмедиатекста и принципы его формирования // Медиареальность XXI века: эпоха глобальных реформ. Материалы I международной научно-практической конференции. Москва, 2021. Издательство: МПГУ, 2021. С. 152-158.
44. Чичерина Н.В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена Выпуск № 47. Том 9. 2007. Вып. №47. С. 159-165.
45. Шмелев в Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях: К постановке проблемы / АН СССР, Ин-т рус. яз. – Москва: Наука, 1977. – 168 с.
46. Шмелев в Д.Н. Избранные труды по русскому языку. Москва: Яз. славян. культуры, 2002. – 887 с.
47. Шмелева Т.В. Авторское начало в стилистике медийного текста // Русский язык как фактор стабильности государства и нравственного здоровья нации: труды и материалы Второй Всероссийской научно-практической конференции 30 сентября – 2 октября 2010 г.: 2-х частях / РОПРЯЛ; Союз журналистов Тюменской области; под ред. О.В. Трофимовой. – Тюмень: Мандр и К°, 2010. – Ч. 2. – С. 207-215.
48. Шмелева Т.В. Медийное речеведение // Электронный сборник статей за 2010-2012 гг. «Медиалингвистика – XXI век». Новгород: 2012. – 66 с.
49. Auken Ed. S., Lauridsen P.S., Rasmussen A. J. Genre and: Copenhagen Studies in Genre 2. Copenhagen: Forlaget Ekbátana, 2015. P. 70.
50. Boguslavskaya V.V. Synergetic especially journalistic text. Proceedings of Institute of Management and Innovation of the aviation industry, 2006. Pp. 1-5, 96.
51. Galison P., Biagioli M. The Collective Author // Scientific Authorship: Credit and Intellectual Property in Science, Routledge, New York and Oxford. 2018. №5. Pp. 325-353.
52. Herring S.C., Paolillo J.C. Gender and Genre Variation in Weblogs. Indiana University, Bloomington. In press. Journal of Sociolinguistics. 2006. Pp. 22.
53. Jenkins H. Convergence culture: Where old and new media collide. New York: New York University Press, 2006. P. 35.
54. Muhammad T. A., Abdul G. A., Ghulam A. Textual Analysis of Print Media Text Discourse // New Media and Mass Communication. 2016. V. 50. Pp. 15-20.
55. Peng Chun-Yi. The effects of media exposure and language attitudes on grammaticality judgments // Global Chinese. 2020. 6 (1). Pp. 69-95.
56. Pan J. Language, Media and Politics: The Pragmatics of Political Discourse // Bandung: Journal of the Global South. 2018. 5. Pp. 1-34.
57. Hauser S., Luginbühl M. Contrastive Media Analysis: Approaches to linguistic and cultural aspects of mass media communication. John Benjamins Publishing, 2012.
58. Oroujou N. The Importance of Media in Foreign Language Learning // Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2012. V. 51. Pp. 24-28.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Понятие «текст» в современных условиях развития научной мысли размыто, что вполне логично, ибо подключение смежных уровней, в частности, медийных позволяет этому следовать. Изучению медиалингвистических особенностей текста посвящено достаточно большое количество работы, однако, диалог продолжается, причем в конструктивно

выверенном ритме. Не лишена подобных вариаций и рецензируемая статья; считаю, что предмет исследования конкретен, точен, база же анализа – «настольные ролевые игры» – придает работе новизну и актуальность. Автор отмечает, что «текст настольной ролевой игры можно отнести к категории медиатекстов, что доказывается соответствием основных сущностных признаков изучаемых явлений. Медиатексты включают в себя разные формы коммуникации и разные каналы передачи информации, сочетая вербальные и невербальные; аудиальные и визуальные элементы. Текст ролевой игры насыщен описаниями мира, персонажей, диалогами и правилами – все перечисленное представляет собой основные игровые компоненты, для эффективной реализации которых требуется особое, синкретичное, «креолизованное» выражение». С данным наблюдением, констатацией, скорее всего, можно согласиться, так как учитывается и ситуация, и тип контакта, и целевая составляющая. Представленный к публикации материал достаточно плотен в режиме подачи данных, информативен, содержателен. Исследователь не дробит текст на фрагменты, что, может быть, и правильно, цельный вид анализа есть парадигма колебаний различных точек зрения на «медиатекст»: «впервые появившийся в зарубежной литературе во второй половине XX века, термин «медиатекст» активно функционирует в современном научном сообществе последние три десятилетия. Значимый вклад в изучение феномена медиатекста сделали Т. Г. Добросклонская, С. И. Сметанина, С. И. Бернштейн, Д. Н. Шмелев, В. Г. Костомаров и Г. Я. Солганик, работы которых заслуженно можно считать первооткрытием», «будучи одной из основных медиалингвистических категорий, медиатекст получает разные определения, и время показывает, что наиболее удачными оказываются самые «широкие» дефиниции. В 1987 г. Л. М. Майдановой удалось выявить некоторые особенности текста СМИ, актуальные по сей день. Среди них «полиадресатность» или «полиадресность», социальная направленность, полифункциональность с ориентацией на информационное воздействие, а главное, свойства конденсируемости (то есть свертывания до краткого текста) и ситуативности (отношения к ситуации)» и т.д. В статье довольно много отсылок, цитаций, хорошо, что первоисточники взяты за основу, именно они определяют достоверность наблюдений. Методология исследований традиционна, не исключен компаративный принцип, принцип системной аналитики, введена и т.н. статистическая формация, которая объективирует динамику интереса к «настольным ролевым играм», а также «изучению медиатекста, который является панорамным для указанного типа развлечений». Стиль работы ориентирован на научный тип, основной круг понятий унифицирован: например, «введение в обиход лексемы «медиатекст» было необходимым по ряду причин: не только для построения терминологического аппарата относительно новой научной отрасли – медиалингвистики, но и во избежание логической путаницы. Явление, лаконично обозначаемое в наши дни, должно было «выкристаллизоваться», получить объективные основания на существование и на собственное, отчасти заимствованное из английского языка, наименование», или «надо признать, что на данном этапе, в связи с расширением медиакоммуникационных возможностей, расширяется и понятие медиатекста. Причем обязательное наличие у него такой характеристики, как формат, подчеркивает зависимость феномена медиатекста от экстралингвистических факторов: появился новый формат трансляции текстовых сообщений – расширилось медиатекстовое содержание сетевых текстовых ресурсов», или «у многих видеозаписей стримов даже присутствует транскрипт – текстовая расшифровка, сгенерированная автоматически с помощью системы распознавания речи. Интересна разнородность в этой отрасли, вероятно, обусловленная зрительскими предпочтениями: в наше время одни стримы уже переходят в формат шоу, другие демонстративно отрицают временные или сюжетные ограничения, третьи поддерживают мультиформатность» и т.д. Анализируемые данные по определению

открыты, что и хорошо: «стремительный рост популярности ролевого движения в странах СНГ произошел вследствие развития массмедиа. В начале 2010-х гг. настольные ролевые игры оставались нишевым хобби, однако с 2020 г. такие проекты, как «Подземелья Чикен Карри» (шоу на платформе «Youtube»), «Грядут приключения», «Sneaky Dice» (каналы на платформе «Youtube») демонстрируют следующие показатели: 1) каждый выпуск «Подземелий Чикен Карри» собирает в среднем по 3,3 млн просмотров (всего 23 выпуска); 2) канал «Грядут Приключения» с апреля 2021 г. набрал 120 тыс. подписчиков; 3) канал «Sneaky Dice» с апреля 2021 г. набрал 75,5 тыс. подписчиков (данные каналов платформы «Youtube»). Аналитика работы сводится в полновесный, целостный блок; считаю, что и аргументации вполне достаточно. Отсылки к информационным ресурсам актуальны: «по результатам опроса организаторов крупнейших НРИ-пространств «ДАНЖ» и «Врата героев», с выходом отечественных игровых трансляций на популярные стриминговые платформы количество игроков в городе Москва возросло в 3 раза за последние 3 года (источники: Интерактивно-приключенческий театр «Врата героев»: официальный сайт. – Москва, 2024. URL: <https://heroesgate.ru/> дата обращения: 22.02.2024. Клуб настольных ролевых игр «Данж»: официальный сайт. – Москва, 2024. URL: danj.ru/ дата обращения: 22.02.2024). Думаю, что ряд позиций, которые обозначены в статье могут быть расшифрованы / раскрыты в тематически смежных исследованиях. Например, «массмедиийные тексты, несмотря на минимум невозможность сведения их к единому вектору, все же обладают общими чертами, В.Г. Костомаров утверждал: «Все они одинаково непредсказуемы по содержанию и одинаково рассчитаны на непредсказуемую массовую аудиторию, контакт с которой технически опосредован». Невозможность предугадать развитие событий – один из основных импульсов, увлекающих человека в мир НРИ и предлагающих претворить в жизнь любые фантазии. Воплощение же достигается посредством современных технологий и даже инновационных нейросетевых ресурсов, что еще больше стимулирует интерес и вовлеченность игроков при постоянном колебании между игровым и действительным, реальным и нереальным, а такое колебание характерно для культуры метамодерна». Основная тема работы раскрыта, поставленный вектор задач решен; материал имеет как практическую, так и теоретическую значимость. Список источников объемен, основные требования издания учтены. Рекомендую статью «Медиалингвистические особенности текста настольной ролевой игры» к открытой публикации в журнале «Litera».