



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 811.112::316.776

Дата поступления: 15.01.2025
рецензирования: 09.02.2025
принятия: 26.02.2025

Классификация и прагмалингвистические характеристики жанра короткого вертикального видео в немецкоязычном образовательном дискурсе

М.А. Гончарова

Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация
E-mail: goncharova.ma@ssau.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4361-6318>

Аннотация: В статье рассматривается новый формат видео, ставший чрезвычайно популярным благодаря своим лингвопрагматическим характеристикам, которые идеально соответствуют «клиповому» мышлению. Будучи чрезвычайно популярными в социальных сетях, такие видео остаются малоизученными с лингвистической точки зрения. Несмотря на недолгую историю существования, короткие вертикальные видео в рамках современного образовательного дискурса обнаруживают характеристики сформировавшегося жанра, демонстрируя креативность пользователей и их способность адаптировать формат под образовательные цели. В работе выявляются жанроопределяющие (формальные) и жанрообразующие (функциональные) параметры ВК Клипов и предлагается их классификация. В соответствии с конкретными коммуникативными целями выделяются развлекательно-образовательные, экспертные (методические, страноведческие, языковые) и презентационно-образовательные (презентующие языковой материал и презентующие речевые ситуации) короткие вертикальные видео. Поджанры ВК Клипов рассматриваются как мультимодальные тексты, а их особенности описываются с точки зрения использования различных семиотических кодов и каналов передачи информации с использованием метода дискурсивного анализа; элементов метода мультимодальной транскрипции А. Болдри и П. Тибалта и комплексного полисемиотического подхода И. Гамбье. Развлекательно-образовательные видео выполняют рекламную функцию, они малочисленны, не имеют общих характерных особенностей, кроме формальных. В центре экспертных видео находится фигура блогера, задача которого – удержать внимание аудитории с помощью содержания сообщения и своих ораторских способностей. Особая роль придается вербальному лингвистическому и невербальному паралингвистическому кодам, другие коды используются минимально. В презентационно-образовательных ВК Клипах, напротив, активно используются разнообразные коды и модальности, при этом материал не объясняется, а лишь презентуется.

Ключевые слова: образовательный дискурс; немецкий язык; речевой жанр; поликодовый текст; мультимодальный текст; социальная сеть; интернет-дискурс; короткое вертикальное видео; ВК Клип; рилс; шортс.

Цитирование. Гончарова М.А. Классификация и прагмалингвистические характеристики жанра короткого вертикального видео в немецкоязычном образовательном дискурсе // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology. 2025. Т. 31, № 1. С. 211–221. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2025-31-1-211-221>.

Информация о конфликте интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Гончарова М.А., 2025

Мария Анатольевна Гончарова – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры немецкой филологии, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, 443086, Российская Федерация, г. Самара, Московское шоссе, 34.

SCIENTIFIC ARTICLE

Submitted: 15.01.2025
Revised: 09.02.2025
Accepted: 26.02.2025

Classification and pragmatic linguistic characteristics of the short vertical video genre in German-speaking educational discourse

M.A. Goncharova

Samara National Research University, Samara, Russian Federation
E-mail: goncharova.ma@ssau.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4361-6318>

Abstract: The article considers a new video format that has become extremely popular due to its perfect alignment with mosaic thinking. Although these videos are widely spread on social media, they remain understudied from a linguistic perspective. Despite their recent appearance, short vertical videos within the modern educational discourse exhibit characteristics of an established genre, showcasing users' creativity and their ability to adapt the format for educational purposes. The author identifies genre-defining (formal) and genre-forming (functional) parameters of VK Clips and proposes their classification. According to specific communicative goals, the article distinguishes between entertainment-educational, expert (methodological, cultural, linguistic), and presentation-educational (featuring language material

and speech situations) short vertical videos. The author views the subgenres of VK Clips both multimodal texts and analyzing their features through the lens of various semiotic codes and information transmission channels, employing the method of discourse analysis, and elements of the multimodal transcription method by A. Baldry and P. Thibault, and the comprehensive polysemiotic approach by Y. Gambier. Entertainment-educational videos serve an advertising function. They are few in number and lack common characteristic features, aside from formal ones. The expert videos focus on the blogger as the central figure, whose role is to hold the audience's attention through the message and their public speaking skills. Special emphasis is placed on verbal linguistic and non-verbal paralinguistic codes, while other codes are used minimally. In contrast, presentation-educational VK Clips actively use a variety of codes and modalities, but the material is presented without in-depth explanation.

Key words: educational discourse; speech genre; polycode text; multimodal text; semiotic code; social network; semiotic code; internet discourse; short vertical video; VK Clip; Reels; Shorts.

Citation. Goncharova M.A. Classification and pragmatic linguistic characteristics of the short vertical video genre in German-speaking educational discourse. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*, 2025, vol. 31, no. 1, pp. 211–221. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2025-31-1-211-221>. (In Russ.)

Information on the conflict of interests: author declared no conflicts of interest.

© Goncharova M.A., 2025

Maria A. Goncharova – Candidate of Philological Sciences, associate professor, associate professor of the Department of German Philology, Samara National Research University, 34, Moskovskoye shosse, Samara, 443086, Russian Federation.

Введение

В современном мире мы имеем дело с многократным увеличением потока информации, которую нужно усвоить в кратчайшее время, и с качественным изменением самой структуры информации. По мнению исследователей, средства массовой информации (а не Интернет) разработали универсальный формат для представления информации через последовательность изображений, и на данный момент существует устойчивая тенденция представлять ее фрагментарно с акцентом на количество, а не качество [Колобаев, Синицына 2022, с. 59–60]. Так, видеоконтент позволяет СМИ быстро и четко выстроить цепочку образов и вызвать у реципиента стойкие ассоциации, что оказывает более эффективное воздействие, чем обычный текст [Симакова, Щукина, Исакова 2024, с. 221]. Поэтому современный человек вынужден потреблять фрагментированную информацию с помощью визуальных образов и воспринимать большое количество фактов, часто не имеющих между собой причинно-следственных связей. Это привело к развитию – в первую очередь у молодого поколения – «клипового» мышления – визуального, быстрого и поверхностного.

В 2018–2021 гг. на разных интернет-платформах возник и быстро приобрел популярность формат коротких вертикальных видео, который как нельзя лучше соответствует клиповому мышлению. Эти видео называются по-разному на различных ресурсах (Reels, VK Клипы, Shorts), но все они представляют собой бесконечную ленту из видеороликов разнообразной тематики и ограниченной длительности: рилсы длятся 15–60 секунд, шортсы – до 60 секунд, VK Клипы – от 5 секунд до 3 минут. Они популярны как у блогеров, так и у рядовых пользователей. Преимуществом для блогеров являются в том, что процесс съемки коротких видео относительно прост (платформы предлагают для этого удобные инструменты), при этом удачные видеоролики могут попасть в рекомендации и позволяют получить новых подписчиков.

Популярность у пользователей объясняется удобным вертикальным форматом (чтобы посмотреть видео, не нужно поворачивать телефон), наличием субтитров (можно смотреть без звука) и возможностью получить информацию за короткое время.

Будучи чрезвычайно популярными в социальных сетях и отражая особенности современного клипового мышления, короткие вертикальные видео, тем не менее, остаются мало изученными с точки зрения лингвистики. В исследованиях они рассматриваются, главным образом в контексте СМИ как инструмент рекламы и связей с общественностью [Градюшко 2022; Симакова, Щукина, Исакова 2024; Торопов, Круглова 2023; Вержбицкая 2023] или в дидактическом аспекте [Грошева, Пономарева 2024].

Однако короткие видео, на наш взгляд, представляют большой интерес как речевой и языковой феномен – несмотря на свою относительно недолгую историю развития, они обнаруживают характеристики оформившегося медиажанра. Обосновывая необходимость изучения жанров речи, В.В. Дементьев подчеркивает, что жанры эффективно формируют и закрепляют новое в языке и речи, а главное – служат мостком от непосредственной коммуникации к настоящей, т. е. языковой системности [Дементьев 2019, с. 10].

Цель данной работы – провести анализ коротких вертикальных видео в рамках образовательного дискурса на примере VK Клипов по изучению немецкого языка, разработать их классификацию и описать основные прагмалингвистические характеристики их поджанров.

Сложность анализа коротких вертикальных видео заключается в многоаспектности этого феномена: с одной стороны, информация в них закодирована с помощью как вербального, так и невербальных семиотических кодов; с другой стороны – она передается одновременно по двум каналам восприятия, которые в психологии принято называть перцептивными модальностями, – визуальной и аудиальной.

Исследователи уже довольно давно обратили внимание на тексты такого рода, однако общепринятые методы их изучения до сих пор не разработаны, равно как нет и единой терминологии в их описании. Так, Р.О. Якобсон, описывая такие гетерогенные тексты, называл их «синкретическими сообщениями», а мюзиклы, в особенности кинематографические, считал «наиболее сложными синкретическими представлениями» [Якобсон 1985, с. 328]; Г.В. Эйгер и В.Л. Юхт относили случаи сочетания естественного языкового кода с кодом иной семиотической системы (изображения, музыка и т. п.) к поликодовым текстам [Эйгер, Юхт 1974, с. 107]; Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасов, говоря о текстах, фактура которых состоит из двух негетерогенных частей (вербальной и невербальной), к которым они относили, в том числе, кино-тексты и тексты радиовещания, называли их креолизованными [Сорокин, Тарасов 1990, с. 180–181].

Наряду с этими терминами в работах отечественных лингвистов встречается термин «мультимодальный текст», заимствованный у Г. Кресса и Т. ван Левена, которые в качестве примеров модусов, используемых в коммуникации, приводят изображения, схемы, макеты, музыку, жесты, мимику, речь, письмо и т. п. [Kress, van Leeuwen 2001, с. 7].

В некоторых работах названные выше термины используются как синонимы, в других между ними проводятся различия. Е.Д. Некрасова различает поликодовый текст, соединяющий в себе разные семиотические коды, и полимодальный текст, который воспринимается при помощи различных модальностей – каналов восприятия информации, и указывает, что поликодовый текст может быть и мономодальным, если он воспринимается только с помощью зрительного анализатора. Наличие кодов и модальностей автор считает двумя самостоятельными аспектами классификации [Некрасова 2014, с. 45].

По мнению О.К. Ирисхановой, термин «мультимодальность» чаще применяется по отношению к устной речи (речь, жесты, просодия), а поликодовость – по отношению к письменному тексту (текст и изображение). Однако в целом термины «мультимодальность», «полимодальность», «поликодовость» и др. не являются взаимоисключающими – они применимы к одному и тому же материалу, но каждый из них смещает акцент на определенные дискурсивные аспекты. Автор использует термин «полимодальность» (как синоним термину «мультимодальность»), который указывает на способность сочетать в едином акте коммуникации несколько модальностей, то есть знаковых систем и каналов коммуникации [Ирисханова 2021, с. 19].

Подробный анализ используемой терминологии представлен, например, в [Сабадин 2022; Новоспаская, Дугалич 2022], историко-теоретический анализ мультимодальности проводится в [Максименко, Ярыгина 2024]. В настоящей работе

мы будем использовать термин «мультимодальный текст».

Для анализа мультимодальных текстов важно не только и не столько вычленение отдельных знаковых систем и каналов коммуникации, сколько их совокупность и связность, поэтому А.А. Кибрик говорит о необходимости кросс-модального подхода, который учитывает взаимозависимость и взаимодействие различных каналов [Кибрик 2010, с. 152].

О.К. Ирисханова описывает два подхода к анализу мультимодальных текстов – визуальную семиотику, в рамках которой разрабатывается визуальная грамматика как система анализа текстов по определенным категориям (ментальные образы, цвет, форма, ракурс, характеристики изображаемых событий, интерактивность и др.), и семиотику жестов, которая, тоже основываясь на зрительном восприятии, смещает невербальный акцент на движения тела [Ирисханова 2021, с. 28–29].

Анализируя аудиовизуальные тексты социальной рекламы, Е.Д. Маленова комбинирует метод мультимодальной транскрипции А. Болдри и П. Тибалта и комплексный полисемиотический подход И. Гамбье. В соответствии с методом мультимодальной транскрипции видео разбивается на кадры, каждый из которых описывается в соответствии с тремя ключевыми параметрами – визуальный образ, кинетические действия/движения, звуковая дорожка [Маленова 2018, с. 168]. Вместо этих параметров Е.Д. Маленова использует 14 семиотических кодов, выделенных И. Гамбье. Коды анализируются в соответствии с каналом передачи информации.

По аудиальному каналу передаются:

- вербальные элементы при помощи лингвистического (диалоги, монологи, комментарии и т. д.), вербального паралингвистического (подача, интонация, акцент) и художественно-театрального (сюжет, нарратив, драматургия, ритмическое оформление речи) кодов;
- невербальные элементы при помощи шумо-звукового (шумы, звуковые эффекты), музыкального (саундтрек) и невербального паралингвистического кодов (особенности голоса, паузы, тишина, громкость голоса, плач, кашель).

По визуальному каналу передаются:

- вербальные элементы при помощи графического кода (письма, заголовки, текст меню, названия улиц, субтитры);
- невербальная информация при помощи иконографического (изображения, эмодзи), фотографического (освещение, перспектива, цвета), сценографического (оформление видимого пространства, сценография), кинематографического (операторские приемы, кадрирование, монтаж), кинесического (жесты, позы, выражение лиц, взгляды), проксематического (движения, взаимодействие в кадре, использование пространства, дистанция между персонажами) и костюмного

(костюмы, грим, прически) кодов [Маленова 2018, с. 168–169].

При анализе коротких вертикальных видео наряду с дискурсивным анализом мы будем использовать элементы описанного метода.

Материалом для данного исследования послужили ВК Клипы крупных онлайн-школ немецкого языка Deutsch Online и Das Projekt, а также ряда небольших личных аккаунтов, опубликованных с осени 2021 года по настоящее время.

Жанр коротких вертикальных видео в образовательном дискурсе

Короткие вертикальные видео относятся к речевым жанрам. Еще М.М. Бахтин обратил внимание на крайнюю разнородность речевых жанров, различая первичные (простые) жанры, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения, и вторичные (сложные) речевые жанры – романы, драмы, научные исследования, публицистические жанры и т. п., которые в процессе своего формирования вбирают в себя и перерабатывают различные первичные жанры [Бахтин 1986, с. 252]. Формат коротких вертикальных видео возник на интернет-платформах; в плане языкового оформления они вбирают в себя различные первичные жанры, поэтому мы можем отнести их к новым вторичным жанрам, хотя определенная связь с традиционными речевыми жанрами сохраняется, о чем пойдет речь ниже.

Рассуждая об интернет-жанрах, В.В. Дементьев пишет, что основные из них (блог, форум, чат, интернет-энциклопедия) являются универсальными и имеют гораздо больше общего в разных культурах/ языках с точки зрения своей речевых структур, чем различий [Дементьев 2019, с. 8]. Действительно, сходства и различия коротких вертикальных видео на разных языках определяются не столько тем, на какой национальной почве они возникли, сколько особенностями и параметрами конкретной социальной сети, т. е. экстралингвистическими факторами. Это обусловлено тем, что на разных интернет-платформах короткие вертикальные видео прошли процесс формирования жанра сходным образом.

Вероятно, что создатели Reels, ВК Клипов и Shorts вдохновились видеороликами популярного видеоприложения TikTok китайской интернет-компании Beijing ByteDance Technology Co., Ltd., запущенного в 2018 г. Его основной контент – это всякого рода шутки, челленджи, танцы, лайфхаки. Сервисы Reels и ВК Клипы были запущены практически одновременно – летом 2020 г., Shorts – в 2021 г. За 3–4 года (это очень небольшой срок для становления традиционных речевых жанров, но, очевидно, достаточный для становления интернет-жанров) они прошли серьезный путь от довольно «странных» видеороликов с диффузной структурой и не очень понятным целеполаганием до уровня сформировавшегося жанра, который безошибочно идентифицируется адресатом. Воз-

можно, важную роль в этом сыграло то, что блогеры довольно быстро открыли их потенциал как инструмента рекламы: интересные и популярные короткие видео могут попасть в рекомендации незнакомым пользователям социальной сети и таким образом позволяют получить новых подписчиков, поэтому мотивация совершенствовать этот жанр весьма высока.

М.М. Бахтин определял речевые жанры как приращенные определенной сфере использования языка типовые модели построения речевого целого, относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказывания [Бахтин 1986, с. 250]. Анализируя интернет-мемы, Л.В. Ухова отмечает, что жанры интернет-коммуникации имеют свои жанроопределяющие и жанрообразующие параметры – формальные и содержательные признаки текста поликодовой природы [Ухова 2014, с. 79].

Применительно к коротким вертикальным видеороликам можно предположить, что их жанроопределяющие параметры – это формальные признаки, по которым любой пользователь быстро и безошибочно отличит их от других жанров: вертикальный формат, длительность в среднем 30–60 секунд (хотя ВК позволяет снимать видео длительностью до 3 минут, все-таки рекомендуется снимать более короткие видеоролики, чтобы повысить их «досматриваемость»), мультимодальный способ подачи информации, надпись в левой верхней части экрана «Клипы» (или вверху в центре Reels), наличие субтитров. Большинство этих параметров определяются социальной сетью и существуют с момента появления сервиса.

Жанрообразующие параметры – это, на наш взгляд, те аспекты, которые стали причиной формирования коротких вертикальных видеороликов как жанра и определили их форму уже не с технической, а с функциональной точки зрения. Если жанроопределяющие параметры одинаковы для всех дискурсов, то жанрообразующие обусловлены конкретным дискурсом в соответствии с коммуникативными задачами, выполняемыми в его рамках.

Основная коммуникативная цель образовательного дискурса – обучать/информировать. Поскольку речь идет о социальных сетях, где большинство сообществ по изучению иностранных языков так или иначе представляют собой продающие аккаунты, они обязательно преследуют вторую цель – рекламную. Какая из этих целей для блогера важнее, сказать трудно: с одной стороны, не реализовав должным образом рекламную цель, он не сможет продать свой товар, т. е. не сможет обучать. С другой стороны, самая действенная реклама в данном случае – это демонстрация качественного процесса обучения. Вероятно, в тех или иных разновидностях коротких видео обучающего характера какая-то из целей будет превалировать, однако в любом случае наличие двух названных целей – обязательное условие и жанрообразующий параметр.

На начальном этапе своего существования в различных социальных сетях короткие вертикальные видео служили в основном развлекательной цели, но со временем репертуар их функций расширился. На данный момент Московское агентство по контент-маркетингу в онлайн-пространстве Content Hero предлагает различать следующие типы рилсов:

- Познавательные: лайфхаки на разные темы, рецепты блюд, гайды и т. п.;
- Лайфстайл: жизнь блогера, мероприятия или корпоративы;
- Обучающие: это не лайфхаки, а именно обучение – как красиво упаковать подарок или завязать галстук; мастер – классы;
- Юмористические: для поднятия настроения аудитории;
- Экспертные: эксперт дает полезную информацию для целевой аудитории. Задача таких рилсов – повысить уровень авторитета и экспертности автора, сформировать доверие и лояльность у аудитории (пример – «ТОП упражнений для прокачки пресса» от фитнес-тренера);
- Демонстрационные: презентация нового продукта (Content Hero).

Из предложенной классификации можно заключить, что по меньшей мере три типа рилсов – познавательные, обучающие, экспертные (и в ряде случаев демонстрационные) – носят обучающий характер. Однако в образовательных аккаунтах по изучению немецкого языка такой тип контента появился не сразу: осенью 2021 г. можно обнаружить первые рилсы в аккаунтах крупных языковых школ (например, Deutsch Online) и в тех аккаунтах, которые и раньше активно использовали видеоконтент (например, «Немецкий язык уверенно»). Первые рилсы у Deutsch Online носят юмористический характер и напоминают видеоролики TikTok или представляют собой фрагменты фильмов на немецком языке. Постепенно появляются и совершенствуются другие типы рилсов, и примерно осенью 2023 г. большинство аккаунтов по изучению немецкого языка практически отказываются от публикации постов в пользу рилсов, среди которых можно выделить 3–4 типа самых распространенных.

С ВК Клипами ситуация выглядит несколько иначе – основным видом контента здесь долгое время продолжает оставаться развлекательный. Можно предположить, что это результат политики самой социальной сети: ресурс VK Реклама рекомендует авторам популярные категории видео – развлечение и юмор, еда и фудблогинг, животные, музыка, путешествия, красота и мода (VK Реклама). Вероятно, именно такой контент и попадает в рекомендации подписчикам, поэтому стимула снимать короткие видео на другие темы у блогеров практически нет. Как следствие, распространенным видом публикаций в аккаунтах по изучению немецкого языка во ВКонтакте продолжают оставаться традиционные посты. Некоторые об-

учающие аккаунты (в частности, языковая школа Deutsch Online) публикуют ВК Клипы, но, главным образом, юмористического характера. Осенью 2024 г. ситуация начинает меняться в связи с тем, что ряд блогеров из других социальных сетей создают аккаунты во ВКонтакте и публикуют ВК Клипы обучающего характера. Здесь они не получают такого большого количества просмотров, как в других соцсетях, но, вероятно, используют популярный жанр для поддержания лояльности подписчиков. Эксперты в сфере рекламы во ВКонтакте тоже начинают включать образование в список популярных тематик ВК Клипов наряду с развлечением, юмором, музыкой, животными, культурой, едой и спортом (Иванов).

Проанализировав YouTube Shorts, используемые для обучения иноязычной лексике, Ю.В. Грошева и Ю.А. Пономарева выделили три основные категории видеоклипов:

обучающие видео, в которых значение иноязычной лексики объясняется носителями языка – самая частотная категория;

- ситуативные видео (видеоскетчи), где иноязычная лексика используется ситуативно в диалогической речи;

- фрагментные видео, которые представляют собой отрывки из фильмов или сериалов на иностранном языке с последующим пояснением [Грошева, Пономарева 2024, с. 101–102].

Поджанры ВК Клипов

Логично предположить, что развитие поджанров обусловлено различием в коммуникативных целях, поскольку именно они определяют структурные особенности и оформление каждого поджанра.

Рассмотрим короткие видео развлекательного характера. Из известных нам аккаунтов по изучению немецкого языка действительно активно такой контент использует, пожалуй, только онлайн-школа Deutsch Online. Большинство таких роликов представляют собой шутки на тему «как трудно учить немецкий язык / жить в Германии без знания немецкого» и т. п., для их создания используются популярные мемы, к которым добавляется вербальный текст, связанный с немецким языком. Хотя такие короткие видео и размещаются в образовательном блоге, вопрос о том, можно ли признать их поджанром образовательного ВК Клипа, мы оставим открытым: несомненно, они повышают мотивацию для изучения немецкого языка, но собственно образовательная компонента в них отсутствует (шутки, как правило, публикуются на русском языке и не содержат какой-либо игры слов). Однако иногда встречаются ВК Клипы с комбинацией развлекательной и образовательной составляющих. Пример: на экране – девушка с озадаченным выражением лица, чуть ниже – облачко с текстом «В немецком языке главное не перепутать: der Unfall – ДТП, авария; der Durchfall – понос. Может получиться неловкая ситуация»

(Некоторые слова лучше не путать 17.10.2024). В данном случае вербальная составляющая, выраженная с помощью графического кода, выполняет и образовательную, и развлекательную функции, а невербальные – музыкальный (веселый саунд-трек) и кинесический (выражение лица, поза девушки) усиливают развлекательный момент. Последний призван привлекать аудиторию, создавать хорошее настроение и выполнять таким образом рекламную функцию. Назовем этот поджанр развлекательно-образовательными ВК Клипами.

Следующий поджанр – экспертные видеоролики. В центре таких ВК Клипов – блогер-эксперт, который делится с аудиторией ценной информацией. Поэтому особое значение приобретают вербальный и невербальный паралингвистический коды (интонация, тембр голоса, темп речи), кинесический (жесты, позы, выражение лица, взгляд). Крупные языковые школы с большим штатом обычно выбирают в качестве спикеров людей с колоритной запоминающейся внешностью (Deutsch Online). Важная особенность экспертного видео заключается в том, что сценографический код (оформление видимого пространства), как правило, нарочито игнорируется – видео записывается на фоне однотонной стены, иногда – на фоне доски или книжной полки.

На странице сообщества во вкладке «Клипы» все эти ролики выглядят примерно одинаково, и в случае необходимости найти и пересмотреть такой ВК Клип среди других непросто – видимо, именно поэтому этот тип ВК Клипов часто имеет обложку с названием или хотя бы просто название. Пример: обложка ВК Клипа с изображением бегемота с широко разинутой пастью, в которую частично входит надпись «ЛАЙФХАК приставки» – таким образом авторы выполнили сразу две задачи: закодировали информацию об отделяемых приставках в немецком языке и иконически отразили одно из слов-подсказок – бегемот (Отделяемые и неотделяемые приставки). Более простой способ – снабдить ВК Клип облачком с темой, например, «anziehen – одеть, надеть; sich anziehen – одеться» (Anziehen 05.02.2025).

Можно выделить несколько типов экспертных ВК Клипов:

1. Лайфхаки методического характера. Здесь речь идет не столько о немецком языке, сколько о рекомендациях методического характера – как эффективно выучить лексику, подготовиться к экзамену и т. п. Пример: девушка, которая представилась Ксенией, на фоне серой стены и белой доски за 50 секунд делится лайфхаком, как запомнить неотделяемые приставки с помощью русских слов «бегемот» и «офицер». Во время ее рассказа на экране появляются облачка с приставками -be, -ge, -miss и -er, -ver, -zet, на которые она указывает рукой (Отделяемые и неотделяемые приставки). Назовем подобные ВК Клипы экспертно-методическими.

2. Экспертное видео может содержать страноведческую информацию. Пример: на обложке ВК

Клипа – облачко с текстом «В Германии можно получить штраф за ругательство». В видеоролике молодой человек с выразительной мимикой сообщает, за какое ругательство полагается какой штраф (ругательства называются на немецком языке с переводом). Некоторые ругательства сопровождаются появлением соответствующего изображения (Штраф 03.11.2023). В некоторых экспертных ВК Клипах страноведческого характера невербальный иконический код представлен достаточно широко: поскольку речь идет о страноведческой информации, она иллюстрируется соответствующими кадрами. Пример: видеоролик с обложкой «Пивоварня Weihenstephan», где молодой человек на белом фоне за 30 секунд успевает сообщить на русском языке основную информацию о старейшей пивоварне Германии. Информация сообщается с помощью вербального кода по аудиальному каналу, в самом начале подкрепляется графическим (на экране облачко с текстом «Старейшей пивоварне Германии почти 1000 лет») и кинематографическим кодами (по ходу повествования на экране появляются исторические черно-белые кадры, которые сменяются современными цветными) (Пивоварня Weihenstephan 05.11.2024).

3. Экспертные видео языкового характера представляют собой объяснение грамматики или особенностей употребления лексики. Как правило, на экране мы видим только блогера, который объясняет материал (Anziehen 5.02.2025). Крайне редко используются другие коды: так, в ВК Клипе, посвященном новогодним поздравлениям (Поздравления 29.12.2024), блогер сидит на фоне гирлянды (сценографический код).

В целом можно отметить, что все виды экспертных видео отличаются определенной «невзрачностью»: здесь нет красивой картинки, все внимание аудитории должно быть направлено на информацию, которую сообщает эксперт. Перед блогером стоит задача удержать внимание аудитории только с помощью содержания своего сообщения и своих ораторских способностей. Строго говоря, в этом поджанре коротких видео совершенно не используются преимущества мультимодальных текстов. Если абстрагироваться от онлайн-среды и рекламной цели экспертных видео, можно заметить их сходство с традиционными ответами учителя на спонтанные вопросы учащихся на занятиях.

Следующий важный поджанр образовательных коротких вертикальных видео мы назвали презентационно-образовательными. В данном типе ВК Клипов, как правило, нет объяснения (материал просто презентуется) и нет эксперта в кадре. В отличие от экспертных, в презентационно-образовательных видеороликах для передачи информации активно используются различные коды: иконографический (изображения), фотографический (освещение, перспектива, цвета), сценографический (оформление видимого пространства, сценография), кинематографический (операторские приемы, кадрирование, монтаж). Вербальная инфор-

мация передается графическим кодом (заголовки, подписи, субтитры) и может дублироваться по аудиальному каналу (дополнительно подключаются невербальный паралингвистический (особенности голоса, паузы, громкость голоса) и музыкальный (саундтрек) коды).

Среди презентационно-образовательных коротких видео мы предлагаем различать два вида: видео, презентующие языковой материал (главным образом, лексику по определенной теме), и видео, презентующие речевые ситуации. Пример первого вида: под приятную музыку камера медленно скользит по нарядной рождественской елке, ненадолго останавливаясь на отдельных игрушках. В это время появляются окошки с названиями елочных украшений на немецком языке с переводом на русский (*die Kugel* – шарик, *die Lichtkette* – гирлянда, *der Tannenbaum* – елка); названия дублируются приятным женским голосом по аудиальному каналу (Украшение елки 11.12.2024).

В презентационно-образовательных ВК Клипах на экране могут появляться люди, в том числе блогер, но в данном случае он выступает не в роли эксперта. Пример: девушка-блогер выполняет спортивные упражнения, которые сопровождаются на экране облачками с названием упражнений на немецком и русском языках (*Sport treiben* – заниматься спортом, *joggen* – бегать трусцой, *springen* – прыгать, *Liegestütze machen* – отжиматься). Девушка выполняет упражнения молча и представляет собой своеобразную иллюстрацию новой лексики. По аудиальному каналу транслируется энергичный саундтрек (*Sport treiben* 22.08.2023).

Второй вид презентационно-образовательных ВК Клипов – видео, презентующие речевые ситуации (видеоскетчи). Они представляют собой мини-диалоги на бытовые темы, похожие на диалоги из учебников немецкого языка, но с аудиальной и визуальной компонентами. Особенность таких диалогов именно в формате коротких вертикальных видео заключается в том, что обе роли, как правило, играет один человек. Пример: девушка-спикер в розовом пуловере изображает покупательницу и задает вопросы; она же в черном пиджаке отвечает на вопросы уже в качестве продавца-консультанта: *Hallo, wie kann ich Ihnen helfen? – Guten Tag, ich brauche Lidschatten...* (В магазине косметики 04.10.2024). Помимо вербального кода, который транслируется по аудиальному и визуальному (в виде облачков с фразами) каналам, особое значение приобретают невербальные коды: художественно-театральный (сюжет сценки), сценографический (сценки обычно проигрываются в соответствующем интерьере – в данном случае используется фон в виде стеллажа магазина косметики), фотографический (освещение, цвета), кинематографический (операторские приемы, кадрирование и особенно монтаж), проксемагический (использование пространства – в зависимости от роли девушка располагается в правой или левой части кадра), костюмный (для

разных ролей блогер переодевается; в других случаях возможно использование париков, очков, накладных усов и т. п., но изменения внешности до неузнаваемости не требуется, достаточно какой-то детали, которая демонстрирует, что блогер выступает в другой роли).

Можно заметить, что презентационно-образовательные ВК Клипы являются прямой противоположностью экспертных коротких видео: обучающая стратегия реализуется благодаря использованию всех преимуществ мультимодальных текстов – разнообразных кодов и обоих каналов передачи информации.

Наконец, среди ВК Клипов широко представлены короткие вертикальные видео с фрагментами фильмов (как немецких, так и русских или широко известных американских, французских и т. д. на немецком языке), песен или немецких телепередач (чаще юмористических). Определенный обучающий эффект они, очевидно, имеют, хотя основная их цель скорее заинтересовать, привлечь внимание, т. е. рекламная. Какой-то особой структурой или языковым оформлением, которые позволяли бы классифицировать такие видеоролики как поджанр короткого обучающего видео, они тоже не обладают. Поэтому мы считаем нецелесообразным рассматривать их в рамках анализируемого жанра.

Таким образом, внутри жанра коротких вертикальных образовательных видео во ВКонтakte можно выделить следующие поджанры: развлекательно-образовательные, экспертные и презентационно-образовательные. Развлекательно-образовательные видео представляют собой попытку блогеров привнести в развлекательный контент образовательную компоненту. Их функция прежде всего рекламная, а содержание и форма определяются креативностью автора. Они малочисленны, не имеют общих характерных особенностей, кроме формальных жанроопределяющих параметров (вертикальный формат, длительность в среднем 30–60 секунд, мультимодальный способ подачи информации, надпись в левой верхней части экрана «Клипы» (или вверху в центре Reels), наличие субтитров).

Экспертные видео бывают трех видов – методические, страноведческие и языковые. Независимо от вида экспертного видео, в центре – фигура блогера, задача которого – удержать внимание аудитории с помощью содержания сообщения и своих ораторских способностей. В кадре – только лицо (и иногда руки) блогера-эксперта, фон максимально нейтральный (однотонная стена, иногда книжная полка или растение). Особая роль придается вербальному лингвистическому и невербальному паралингвистическому кодам. Остальные коды используются минимально, т. е. преимущества мультимодальных текстов практически не используются. На странице сообщества во вкладке «Клипы» все экспертные видео выглядят практически одинаково, поэтому обычно они снабжаются обложкой или названием.

В презентационно-образовательных ВК Клипах, напротив, активно используются разнообразные коды и модальности, при этом материал не объясняется, а лишь презентуется. Мы предлагаем различать два вида таких видеороликов – видео, презентующие языковой материал (главным образом, лексику по определенной теме), и видео, презентующие речевые ситуации (видеоскетчи). В первом случае в кадре оказываются предметы или люди (в т. ч. блогер), если они демонстрируют какие-то действия. Видео второго типа представляют собой типичные бытовые мини-диалоги, особенностью которых является то, что обе роли выполняет один человек – блогер. Чтобы различать роли, используется реквизит в незначительном количестве или костюмный код. Важно, что в данном случае блогер выступает не как эксперт, а как участник диалога – он не объясняет, а презентует явления языка или речи.

Заключение

Возникновение и стремительное развитие интернет-формата коротких вертикальных видео продемонстрировало целый ряд тенденций. В-первых, получил еще одно подтверждение тезис М.М. Бахтина о растущем репертуаре речевых жанров по мере развития и усложнения сфер человеческой деятельности: короткие вертикальные видео сформировались в самостоятельный жанр – с одной стороны, используя формальные требования соответствующих онлайн-платформ, с другой стороны, развивая жанрообразующие параметры, заимствованные из живой речевой практики. В-вторых, обнаружилось, что для формирования нового жанра в онлайн-пространстве требуется значительно меньше времени, чем в «реальной» жизни. «Жизнь в сети» стремительнее, хотя, возможно, и скоротечнее – это выявится позднее, когда мы будем констатировать исчезновение (или трансформацию) жанра коротких вертикальных видео. В-третьих, мы убедились в креативности носителей языка, явленной нам в процессе порождения нового жанра: формат коротких видео задумывался создателями различных платформ как аналог юмористическим TikTok-видеороликам, однако, очень быстро был переосмыслен пользователями и приспособлен под другие цели, в том числе, образовательные. Пример ВК Клипов показывает, что даже установка платформы ВКонтакте на то, чтобы продвигать, главным образом, развле-

кательный контент, не останавливает владельцев образовательных блогов в их стремлении представить материал обучающего характера в новом жанре.

Поражает скорость этих процессов: жанр коротких вертикальных видео сформировался даже раньше, чем русский язык успел адаптировать новые заимствованные слова «рилс» и «шортс» (встречаются написания «рилс» и «рилз», а также использование латиницы; иногда они не склоняются). Многих пока озадачивает тот факт, что эти слова используются как единственное число, хотя произошли от форм множественного числа английских Reel и Short (во множественном числе это, соответственно, «рилсы» и «шортсы»), в то время, как другие заимствования такого типа («клипсы», «рельсы», «баксы») в глаза не бросаются (Северская 20.01.2025).

Как любое новое явление, короткие вертикальные видео требуют дальнейшего исследования: хотелось бы более подробно рассмотреть взаимодействие разных кодов и модальностей и выявить намеченные в данной работе жанроопределяющие параметры мультимодального характера. Кроме этого, интересно было бы проанализировать экстралингвистические факторы и выявить их влияние на роль коротких вертикальных видео в блоге: есть предположение, что в разных блогах отдается предпочтение разным видам коротких видео (репетиторы предпочитают экспертные видео, а блогеры, продающие записанные онлайн-курсы, – презентационно-образовательные), но его нужно проверить. Важный фактор – особенности изучаемого языка, которые определяют популярность того или иного вида коротких видео: так, распространенные в аккаунтах по английскому языку юмористические видео на тему «Как бы звучал такой диалог на русском языке» практически полностью отсутствуют в аккаунтах по немецкому языку, в то время как шутки о длинных немецких композитах представлены очень широко. Для выявления таких особенностей нужно провести отдельное исследование.

Вне нашего поля зрения остались способы компрессии информации и требования к выбору материала, подходящего для публикации в качестве ВК Клипов. Анализ этих и других аспектов позволит провести комплексное исследование коротких вертикальных видео.

Материалы исследования

Anziehen 05.02.2025 – *Anziehen* // Немецкий с Татьяной Родионовой. URL: https://vk.com/sprichdeutsch2020?z=clip-195903147_456239600 (дата обращения: 09.02.2025).

Content Hero – *Рилс – реальная помощь в продвижении бизнеса* // Content Hero: [сайт]. URL: <https://contenthero.pro/reels-help-for-business> (дата обращения: 15.11.2024).

Deutsch Online – *Deutsch Online*: [сайт]. URL: <https://vk.com/deutschonline>.

Sport treiben 22.08.2023 – *Sport treiben* // Deutsch Mit-Zoe. URL: https://vk.com/clips/zkireeva2022?z=clip746551405_456239046 (дата обращения: 10.12.2024).

VK Реклама – *Как работать в VK Клипами* // VK Реклама. URL: <https://ads.vk.com/insights/kak-rabotat-s-vk-klipami> (дата обращения: 24.01.2025).

В магазине косметики 04.10.2024 – *В магазине косметики* // Deutsch Online. URL: https://vk.com/clips/deutschonline?z=clip-27211409_456245168 (дата обращения: 09.02.2025).

Иванов – *Иванов П. VK Клипы – 2024: разбираемся, что в них популярно и как их использовать для продвижения* // click.ru: [сайт]. URL: https://blog.click.ru/target/vk-klipy/#h3_1 (дата обращения: 09.02.2025).

Некоторые слова лучше не путать 17.10.2024 – *Некоторые слова лучше не путать* // Deutsch Online. URL: https://vk.com/clips/deutschonline?z=clip-27211409_456245207 (дата обращения: 03.02.2025).

Отделяемые и неотделяемые приставки – *Отделяемые и неотделяемые приставки* // Школа немецкого языка в СПб. URL: https://vk.com/clips/dasproekt?z=clip-74726050_456239736 (дата обращения: 03.02.2025).

Пивоварня Weihenstephan 05.11.2024 – *Пивоварня Weihenstephan* // Deutsch Online. URL: https://vk.com/clips/deutschonline?z=clip-27211409_456245267 (дата обращения: 03.12.2024).

Поздравления 29.12.2024 – *Как поздравить с Рождеством* // Deutsch hockend. URL: https://vk.com/search/clips?q=Deutsch&z=clip-174254154_456239291 (дата обращения: 09.02.2025).

Северская 20.01.2025 – *Северская О. Клипы, рельсы, баксы...* // Говорим по-русски! URL: https://vk.com/im/convo/171734247?entrypoint=list_all&w=wall-211023040_2277 (дата обращения: 09.02.2025).

Украшение елки 11.12.2024 – *Празднование Рождества* // Deutsch Mit-Zoe. URL: https://vk.com/clips/zkireeva2022?z=clip746551405_456239057 (дата обращения: 09.02.2025).

Штраф 03.11.2023 – *В Германии есть штраф за ругательства* // Deutsch Online. URL: https://vk.com/clips/deutschonline?z=clip-27211409_456245265 (дата обращения: 03.12.2024).

Библиографический список

Kress, van Leeuwen 2001 – *Kress G., van Leeuwen T. Multimodal Discourse: the Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Oxford University Press, 2001. 152 p. URL: <https://www.pdfdrive.to/book/multimodal-discourse-the-modes-and-media-of-contemporary-communication-pdf>.

Бахтин 1986 – *Бахтин М.М. Проблема речевых жанров* // Эстетика словесного творчества. Москва: Искусство, 1986. С. 250–296. URL: <http://teatr-lib.ru/Library/Bahtin/esthetic/>.

Вержбицкая 2023 – *Вержбицкая С.В. Короткие вертикальные видео в культурнопросветительской деятельности представителей РПЦ* // Формирование единого образовательного пространства: задачи, решения, перспективы: сборник научных трудов Юбилейного форума с международным участием. Москва: Институт стратегии развития образования, 2023. С. 501–509. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=62583296&pff=1>. EDN: <https://www.elibrary.ru/zzcflc>.

Градюшко 2022 – *Градюшко А.А. Короткое видео как новый медийный формат в цифровой среде* // Аудиовизуальные медиа в эпоху интернета и информационных войн: от традиций к инновациям: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию кафедры телевидения и радиовещания БГУ, Минск, 21–22 сентября 2022 года. Минск: Белорусский государственный университет, 2022. С. 245–249. URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/293605>; <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50217004>. EDN: <https://www.elibrary.ru/ggxfaf>.

Грошева, Пономарева 2024 – *Грошева Ю.В., Пономарева Ю.А. Использование аутентичных материалов формата YouTube Shorts при обучении лексической стороне иноязычной речи* // Проблемы непрерывного педагогического образования: электронный сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием). Ишим: Тюменский государственный университет, 2024. С. 98–103. URL: <https://krasnoyarsk.fa.ru/upload/medialibrary/deb/bbvpa1p5hhdujj1hw0oxfhwz2pq9bbw2/Neshkov-05.pdf> (дата обращения: 09.02.2025).

Дементьев 2019 – *Дементьев В.В. Жанры в меняющемся мире: креационистские потенции речевых жанров и эпистемологические потенции теории речевых жанров* // Жанры речи. 2019. № 1 (21). С. 6–21. DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21>.

Ейгер, Юхт 1974 – *Ейгер Г.В., Юхт В.Л. К построению типологии текстов* // Лингвистика текста: материалы научной конференции в МГПИИЯ имени М. Тореза. Москва, 1974. С. 103–109.

Ирисханова 2021 – *Ирисханова О.К. Полиmodalный дискурс как объект исследования* // Полиmodalные измерения дискурса. Москва: ИД «ЯСК», 2021. С. 15–32. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47437679>. EDN: <https://elibrary.ru/zltdny>.

Кибрик 2010 – *Кибрик А.А. Мультиmodalная лингвистика* // Когнитивные исследования: сб. научных трудов. Вып. IV. Москва: Ин-т психологии РАН, 2010. С. 135–152. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21965752>. EDN: <https://www.elibrary.ru/smrped>.

Колобаев, Сеницына 2022 – *Колобаев В.К., Сеницына Т.А. Клиповое мышление – новый этап в развитии мышления современных учащихся* // Наукосфера. 2022. № 2–1. С. 57–62. DOI: <https://zenodo.org/records/5968836>. EDN: <https://elibrary.ru/gyeqdu>.

Максименко, Ярыгина 2024 – Максименко О.И., Ярыгина Н.Ю. Мультиmodalность в контексте междисциплинарных исследований: историко-теоретический анализ // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2024. № 09. С. 183–186. DOI: <http://doi.org/10.37882/2223-2982.2024.9.23>.

Маленова 2018 – Маленова Е.Д. О методике анализа аудиовизуального текста (на материале аудиовизуальных поликодовых текстов социальной рекламы) // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2018. № 4. С. 166–175. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36497481>. EDN: <https://elibrary.ru/yoykwd>.

Некрасова 2014 – Некрасова Е.Д. К вопросу о восприятии полиmodalных текстов // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 378. С. 45–48. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21344818>. EDN: <https://elibrary.ru/rzchtj>.

Новоспасская, Дугалич 2022 – Новоспасская Н.В., Дугалич Н.М. Терминосистема теории поликодовых текстов // Русистика. 2022. Т. 20, № 3. С. 298–311. DOI: <http://doi.org/10.22363/2618-8163-2022-20-3-298-311>. EDN: <https://elibrary.ru/sojldu>.

Сабалин 2022 – Сабалин С.Т.М.Ж.П. Смешанные тексты: креолизованный vs поликодовый vs мультиmodalный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15, № 6. С. 2017–2023. DOI: <https://doi.org/10.30853/phil20220297>. EDN: <https://elibrary.ru/ruuzwk>.

Симакова, Щукина, Исакова 2024 – Симакова С.И., Щукина М.Ю., Исакова Т.Б. Короткое видео как форма визуального контента социальных медиа // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2024. Т. 1, № 4 (45). С. 221–229. DOI: https://doi.org/10.51965/2076-7919_2024_1_4_221. EDN: <https://elibrary.ru/wscilw>.

Сорокин, Тарасов 1990 – Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия: сб. ст. Москва: Наука, 1990. С. 180–186.

Торопов, Круглова 2023 – Торопов К.П., Круглова Л.А. Специфика присутствия новостных Российских телеканалов на платформе ВК Клипы // Медиавектор. Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2023. № 10. С. 113–117. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=59888980>. EDN: <https://elibrary.ru/zhtzzy>.

Ухова 2014 – Ухова Л.В. Жанровое своеобразие коммуникативного пространства социальных сетей // Человек в информационном пространстве: Сборник научных трудов. Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2014. С. 72–80. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26052840>. EDN: <https://elibrary.ru/vyczbb>.

Якобсон 1985 – Якобсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Якобсон Р.О. Избранные работы. Москва: Наука, 1985. С. 319–330. URL: https://ozlib.com/1113206/literatura/yakobson_yazyk_otnoshenii_drugim_sistemam_kommunikatsii?ysclid=m8wyzxalad162319883.

References

Kress, van Leeuwen 2001 – Kress G., van Leeuwen T. (2001) Multimodal Discourse: the Modes and Media of Contemporary Communication. London: Oxford University Press, 152 p. Available at: <https://www.pdfdrive.to/book/multimodal-discourse-the-modes-and-media-of-contemporary-communication-pdf>.

Bakhtin 1986 – Bakhtin M.M. (1986) Problem of speech genres. In: *Aesthetics of verbal creativity*. Moscow: Iskustvo, pp. 250–296. Available at: <http://teatr-lib.ru/Library/Bakhtin/esthetic>. (In Russ.)

Verzhbitskaya 2023 – Verzhbitskaya S.V. (2023) Short vertical videos in cultural and educational activities of the ROC representatives. In: *Formation of a unified educational space: tasks, solutions, prospects: collection of scientific works of the Jubilee forum with international participation*. Moscow: Institut strategii razvitiya obrazovaniya, pp. 501–509. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=62583296&pf=1>. EDN: <https://www.elibrary.ru/zzcflc>. (In Russ.)

Hradziushka 2022 – Hradziushka A.A. (2022) Short video as a new media format in the digital environment. In: *Audiovisual media in the age of the Internet and information wars: from traditions to innovations: proceedings of the International research and practical conference dedicated to the 55th anniversary of the Department of Television and Radio Broadcasting of BSU, Minsk, September 21–22, 2022*. Minsk: Belorusskii gosudarstvennyi universitet, pp. 245–249. Available at: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/293605>; <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50217004>. EDN: <https://www.elibrary.ru/ggxfaf>. (In Russ.)

Grosheva, Ponomareva 2024 – Grosheva Yu.V., Ponomareva Yu.A. (2024) Using authentic YouTube Shorts while teaching the lexical side of foreign language. *Problems of continuous pedagogical education: electronic collection of materials of the All-Russian research and practical conference (with international participation)*. Ishim: Tyumenskii gosudarstvennyi universitet, pp. 98–103. Available at: <https://krasnoyarsk.fa.ru/upload/medialibrary/deb/bbvpalp5hhdhujlhw0xfhwz2p99bbw2/Neshkov-05.pdf>. (In Russ.)

Demytyev 2019 – Demytyev V.V. (2019) Genres in Changing World: Creationistic Potentials of Speech Genres and Epistemological Potentials of the Theory of Speech Genres. *Speech Genres*, no. 1 (21), pp. 6–21. DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21>. (In Russ.)

Eiger, Yukht 1974 – Eiger G.V., Yukht V.L. (1974) Towards the construction of a text typology. In: *Text linguistics: proceedings of the scientific conference at the M. Thorez Moscow State Pedagogical Institute of Foreign Languages*. Moscow, pp. 103–109. (In Russ.)

- Iriskhanova 2021 – *Iriskhanova O.K.* (2021) Multimodal discourse as the object of research. In: *Polymodal dimensions of discourse*. Moscow: Izdatel'skii Dom «YaSK», pp. 15–32. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47437679>. EDN: <https://elibrary.ru/zltdny>. (In Russ.)
- Kibrik 2010 – *Kibrik A.A.* (2010) Multimodal linguistics. In: *Cognitive studies: collection of scientific works. Issue 4*. Moscow: In-t psikhologii RAN, pp. 135–152. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21965752>. EDN: <https://www.elibrary.ru/smrped>. (In Russ.)
- Kolobaev, Sinitsyna 2022 – *Kolobaev V.K., Sinitsyna T.A.* (2022) Clip thinking is a new stage in the development of thinking of modern students. *Naukosfera*, no. 2–1, pp. 57–62. DOI: <https://zenodo.org/records/5968836>. EDN: <https://elibrary.ru/gyeqdu>. (In Russ.)
- Maksimenko, Yarygina 2024 – *Maksimenko O.I., Yarygina N.Yu.* (2024) Multimodality in the context of interdisciplinary research: historical and theoretical analysis. *Modern Science: actual problems of theory and practice, a series of "Humanities"*, no. 09, pp. 183–186. DOI: <http://doi.org/10.37882/2223-2982.2024.9.23>. (In Russ.)
- Malenova 2018 – *Malenova E.D.* (2018) Methodology of audiovisual texts' analysis: a case study of polycode audiovisual text of public service announcement. *Herald of Tver State University Series: Philology*, no. 4, pp. 166–175. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36497481>. EDN: <https://elibrary.ru/yoykwd>. (In Russ.)
- Nekrasova 2014 – *Nekrasova Ye.D.* (2014) On multimodal perception of the text (a psycholinguistic experiment). *Tomsk State University Journal*, no. 378, pp. 45–48. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21344818>. EDN: <https://elibrary.ru/rzchtj>. (In Russ.)
- Novospasskaya, Dugalich 2022 – *Novospasskaya N.V., Dugalich N.M.* (2022) Terminological system of the polycode text theory. *Russian Language Studies*, vol. 20, no. 3, pp. 298–311. DOI: <http://doi.org/10.22363/2618-8163-2022-20-3-298-311>. EDN: <https://elibrary.ru/sojldu>. (In Russ.)
- Sabadin 2022 – *Sabadin S.T.M.J.P.* (2022) Mixed texts: creolized vs. polycode vs. multimodal. *Philology. Theory & Practice*, vol. 15, no. 6, pp. 2017–2023. DOI: <https://doi.org/10.30853/phil20220297>. EDN: <https://elibrary.ru/ruuzwk>. (In Russ.)
- Simakova, Shchukina, Isakova 2024 – *Simakova S.I., Shchukina M.Yu., Isakova T.B.* (2024) Short Videos as a form of visual content of social media. *Vestnik of Volzhsky University named after V.N. Tatishchev*, vol. 1, no. 4 (45), pp. 221–229. DOI: https://doi.org/10.51965/2076-7919_2024_1_4_221. EDN: <https://elibrary.ru/wscilw>. (In Russ.)
- Sorokin, Tarasov 1990 – *Sorokin Yu.A., Tarasov E.F.* (1990) Creolized texts and their communicative function. In: *Optimization of speech influence: collection of articles*. Moscow: Nauka, pp. 180–186. (In Russ.)
- Toropov, Kruglova 2023 – *Toropov K.P., Kruglova L.A.* (2023) Specifics of the presence of Russian news TV channels on the VK platform clips. *MediaVektor*, no. 10, pp. 113–117. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=59888980>. EDN: <https://elibrary.ru/zhtzzy>. (In Russ.)
- Ukhova 2014 – *Ukhova L.V.* (2014) Genre originality of communicative space of social networks. In: *Man in the information space: Collection of scientific papers*. Yaroslavl: Yaroslavskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet im. K.D. Ushinskogo, pp. 72–80. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26052840>. EDN: <https://elibrary.ru/vyczbb>. (In Russ.)
- Jakobson 1985 – *Jakobson R.O.* (1985) Language in relation to other communication systems. In: *Jakobson R.O. Selected works*. Moscow: Nauka, pp. 319–330. Available at: https://ozlib.com/1113206/literatura/yakobson_yazyk_otnoshenii_drugim_sistemam_kommunikatsii?ysclid=m8wyzxa1ad162319883. (In Russ.)