

# Место трейлера в современном медиапространстве, семиотические аспекты



**В.М. Овчинников<sup>1</sup>**

Военная академия войсковой противовоздушной обороны  
Вооружённых Сил РФ им. Маршала Советского Союза  
А.М. Василевского, 214027, Смоленск, Россия, ул. Котовского, д. 2.  
ORCID ID: 0000-0003-0008-100X  
Benkey1985@yandex.ru

## АННОТАЦИЯ

В статье на примере рассмотрения презентационных материалов кинопроизведений или же трейлеров (в рамках анализа их социокультурных и философских контекстов) демонстрируются адаптивные возможности описываемой формы образности (рассматриваемой в качестве инструментария репрезентации и расширения пространства повествования). Она обеспечивает появление эффекта аналогии, что, в свою очередь, определяет введение игровых образов (как воплощений антимира) в язык и мышление индивида и группы, что трактуется автором в качестве формы влияния феномена «аудиально-визуализированных искусств» на постоянно протекающей процесс конвергенции понятий и смыслов, стабилизирующий механизмы социальных взаимодействий, превращая описываемую категорию в неотъемлемую часть современного информационного пространства.

## ключевые слова

трейлер, кибертекст, нарратив, философские коннотации, социокультурные контексты, мифологизация

## для цитирования

Овчинников В.М. Место трейлера в современном медиапространстве, семиотические аспекты. *Вестник ВГИК*. 2025. Т. 17. № 2. С. 134–146.  
<https://doi.org/10.69975/2074-0832-2025-64-2-134-146>

<sup>1</sup> **Владимир Михайлович Овчинников**

кандидат исторических наук, преподаватель кафедры военно-политической работы в войсках (силах), ВА ВПВО ВС РФ; доцент кафедры преподавания предметов основного и среднего образования, ГАУ ДПО «СОИРО». AuthorID: 837302

© В.М. Овчинников, 2025

# The Trailer's Place in the Modern Media Space, Semiotic Aspects

**Vladimir M. Ovchinnikov**<sup>1</sup>

Military Academy of Military Air Defense of the Armed Forces of the Russian Federation named after Marshal of the Soviet Union A.M. Vasilevsky, 2 Kotovsky Str., 214027, Smolensk, Russia.

ORCID ID: 0000-0003-0008-100X

Benkey1985@yandex.ru

## ABSTRACT

By analyzing promotional materials, or trailers (within their socio-cultural and philosophic contexts), the article demonstrates the adaptive capabilities of the described artistic form (examined as an instrument of representation and expanding the narrative space). It generates the effect of analogy, which in turn determines the introduction of game images (as evocations of the anti-world) into the language and thinking of individuals and groups, interpreted by the author as a form of influence of audiovisual arts on the ongoing convergence of concepts and meanings, stabilizing the mechanisms of social interactions and turning the described category into an integral part of modern information space.

## keywords

trailer, cybertext, narrative, philosophical connotations, socio-cultural contexts, mythologization

## for citation

Ovchinnikov V.M. The trailer's place in the modern media space, semiotic aspects. *Vestnik VGIK*. 2025. Vol. 17. No. 2, pp. 134–146.

<https://doi.org/10.69975/2074-0832-2025-64-2-134-146>

---

<sup>1</sup> **Vladimir M. Ovchinnikov**

Cand. Sci. (in History), Lecturer at the Department of Military and Political Work in the Military (Forces), Military Order of Kutuzov Academy of Air Defense Forces of the Armed Forces of the Russian Federation; Assistant Professor at the Department of Teaching disciplines of Basic and Secondary Education, Smolensk Regional Institute of Education Development. AuthorID: 837302

Рассматривая феномен трейлера в контексте развития и функционирования медиакультуры, вполне уместным будет использование приемов и методов семиотики, рассматривающей разнообразные объекты культурного поля как специфические формы языка, которые могут трактоваться как «знаковая система, посредством которой осуществляется человеческое общение на самых различных уровнях, включая мышление, хранение и передачу информации и т. п.» [7, с. 57].

Рассматривая кинопроизведение и трейлер в качестве особых языковых систем, можно охарактеризовать эти категории с позиции рассуждений Ч. Пирса (Charles Sanders Peirce) и Ф. де Соссюра (Ferdinand de Saussure) [15; 20], определивших возможность философского анализа развивающихся средств массовой коммуникации. Различные аспекты характеризуемой нами проблемы можно обнаружить в трудах таких ученых, как: В. Библиер, Ж. Бодрийяр (Jean Baudrillard), Р. Барт (Roland Barthes), А. Греймас (Algirdas Julius Greimas), М. Бахтин, К. Леви-Стросс (Claude Lévi-Strauss), Я. Линцбах, Ю. Лотман, Ю. Кристева (Julia Kristeva), М. Маклюэн (Herbert Marshall McLuhan), Р. Арнхейм (Rudolf Arnheim), А. Базен (André Bazin), Ю. Тынянов, У. Эко (Umberto Eco), Р. Якобсон (Roman Jakobson), М. Ямпольский и ряд прочих, рассуждения которых позволяют утверждать, что различные типы кинопродукции допустимо рассматривать в качестве совокупности артефактов и символов.

При этом «всякая система, служащая целям коммуникации может быть определена как язык» [9, с. 19], как это подчеркивает Ю.М. Лотман. Функционал соответствующей структуры, по его мнению, приемлемо свести к следующим категориям:

- 1) сообщение, направленное от носителя информации к субъекту;
- 2) коллективная память, способная к непрерывному пополнению;
- 3) общение читателя с самим собой, тем самым текст актуализирует какие-то личностные стороны;
- 4) текст становится собеседником;
- 5) общение между текстом и культурным контекстом [10].

Поле текста, в том числе и кинотекста, напрямую связано с политической мифологией, подтверждением чего может быть следующее рассуждение М.Б. Ямпольского (опирающегося в своих размышлениях на позицию М.М. Бахтина), подчеркивающего, что «...текст — это трансформирующееся поле смыслов, которое возникает на пересечении автора и читателя...» [17, с. 33]. Подобная трактовка позволяет соотносить текст с реальностью, что представлено в трудах Ю. Кристевой, выдвигающей следующий тезис: «высказываемый и коммуницируемый смысл текста (“структурированный фенотекст”) проговаривает и репрезентирует то революционное действие, которое производится посредством означивания при условии его эквивалента на сцене социальной действительности». А отсюда вывод: «таким образом текст обретает двойное место в порождающей его реальности — в материи языка и в социальной истории...» [8, 7, с. 35].

Обращает на себя внимание в контексте характеризуемой проблемы принцип интертекстуальности, который получает развитие в трудах французского исследователя Кристиана Метц (Christian Metz), который рассматривал феномен множественности текстуальных си-

стем и кодов в тексте кинематографа, трактуемым им в качестве особого пространства, что позволяет сконцентрировать внимание на механизме смыслообразования, реализуемом в экранизации за счет наложения друг на друга двух языковых систем, которая создает эффект замещения в форме интерпретации, создающая эффект «текстовой аномалии», представляющей собой «(фрагмент, который читателю/зрителю не удастся убедительно интегрировать в текст), нарушает спокойствие мимесиса, свободную проницаемость знака. Но в месте этого нарушения начинает интенсивно проявляться семиосис, т. е. начинает вырабатываться смысл, который как бы растворяется в местах непротронутого мимесиса, растворяются в <...> процессе движения от означающего к означаемому» [7, с. 60].

Особый язык медиапространства, основанный на практике замещения, наиболее ярко проявляется в таком феномене, как трейлер, который можно рассматривать в качестве универсальной медиакатегории — отражающей мысли о рассмотрении экранного изображения в качестве особого знака, имеющего философские коннотации.

Современный «медiateкст», частным элементом которого является кинотекст, выступает наглядной демонстрацией полномасштабной эволюции массовой коммуникации, которую условно можно разделить на несколько основных этапов, демонстрирующих эволюцию знаковой системы, при том что знак — это интересубъективный посредник, структур-медиатор в обществе, а также эволюцию кода, который представляет собой «обозначение совокупности правил

или ограничений, обеспечивающих деятельность. Код должен быть понятным для всех участников коммуникативного процесса и поэтому носить конвенционный характер» [17, 1, с. 63]. Если ориентироваться на теорию М. Маклюэна, то ретроспектива развития феномена «текста» выглядит следующим образом:

1. Дописьменный период, связанный с оформлением мифологической традиции, порождающий формирование комплекса базовых архетипических конструкций, что можно трактовать в качестве культуuroобразующего фактора.

2. Эпоха фонетического письма, условно совпадающая с периодом становления древнейших цивилизаций и завершаемая в эпоху позднего Средневековья.

Нужно учитывать, что «два типа письма — фонологизм и иероглифика — способствовали формированию разного типа культур и различных форм этноцентризма» [7, с. 63], что в свою очередь в значительной степени отразится на развитии экранной культуры.

Любая письменная традиция трактовалась в качестве философской категории, что прослеживается в трудах столпа западной философии — Аристотеля. Согласно мнению Ж. Деррида (Jacques Derrida), античный мыслитель подчеркивал, что «слова сказанные являются символами мысленного опыта, тогда как письменные знаки есть лишь символы слов, произнесенных» [4, с. 69], однако из них проистекает природа Логоса. Опираясь, вероятно, на подобную трактовку силы слова, формируется феномен политической мифологии, основанной на использовании массовых зрелищ, трансформировавшейся в феномен «карнавальная культура».

3. Гутенберговский период, с которым связано зарождение общества массовой культуры эпохи промышленной революции на фоне общей урбанизации.

4. Период массовой коммуникации, связанный с оформлением «общества потребления», охарактеризованного Торстейном Вебленом (Thorstein Bunde Veblen), определяющим начало становления современной цивилизации, обладающей особой мультикультурной традицией (которая в нынешних реалиях приобретает формы постмультикультурализма) [11].

Этот период связан с завершением оформления технической медиакультуры, способной максимально точно отображать реальность, что, по мнению Л. Деллюка (Louis Delluc), связано с «фотогенией» — эстетикой кадра [5], стимулирующей развитие различных аудиовизуальных средств коммуникации.

Выражается подобная тенденция в процессе интеграции всех предшествующих знаковых систем, на основе концепта инструментализации предыдущего опыта, порождая в рамках процесса технологизации социума новый тип образного мышления, интегрирующий речевые и визуальные формы.

Важным фактором, стимулирующим развитие экранных искусств, является развитие новой формы культуры — «культуры кадра». Как подчеркивает Г.К. Пондопуло: «Используя универсальные языковые возможности кадра, можно достаточно легко интегрировать в область искусства и науки, область беллетристики и “текущей истории”, область творчества и массового общения» [12, с. 95].

«В зависимости от того, каким образом осуществляется включение путем фотографического способа воспроизведения в поток событий, можно различать фото-

графическую, кинематографическую и телевизионную форму культуры кадра (к которым, по нашему мнению, в новых реалиях культурного производства можно также добавить такую категорию, как культуру кадра виртуализированного пространства или же игровой вселенной).

Фотографическая культура кадра связана с использованием фотокадра, передающего непосредственное впечатление от реального события.

Кинематографическая культура кадра использует кадр как «ячейку монтажа», что позволяет не только передать непосредственное впечатление от события, но и выявить его смысл.

Телевизионная культура кадра связана с таким использованием кадра, при котором зритель как бы непосредственно включается в поток событий и видит его изнутри [7, с. 66].

5. Интернет-эпоха, или, как именует ее М. Кастельс (Manuel Castells), «Галактика — интернет» (The Internet Galaxy) [6], связанный с полномасштабной информатизацией культуры, на фоне интеграционной тенденции, определяющей гегемонию экранных видов искусства, что связано с оформлением медиатекста.

Можно предположить, что медиакультура, в качестве синтеза инноваций различных этапов собственного развития формирует единый контекст на одной из базовых архетипических конструкций — стремлении человека к свободе, в познании, выборе, поиске...

Именно потребность в трансляции смысловых коннотаций оформила феномен трейлера (как кинематографического, так и видеоигрового) в качестве логичного продолжения «карнавальной культуры» или же античного массового действия, позволяя рассматривать данную

категорию с философской точки зрения в рамках процесса конверсии искусства, о чем рассуждает В. Савчук, трактующий аудиально-визуализированные средства в качестве «массового удовольствия», в чем прослеживаются и социальные, и философские аспекты [13].

Концептуализация кинематографической продукции в качестве знаковой системы, то есть в качестве текста наблюдается в работах теоретиков русской формальной школы<sup>1</sup>. В уникальной для своего времени работе «Об основах кино» Юрий Тынянов рассматривал лексические<sup>2</sup> и грамматические<sup>3</sup> основы киноязыка, подчеркивая, что базовой доминантой киноискусства является создание смысловых коннотаций, выделяя такую понятийную категорию, как кинотекст.

Дополняет и во многом развивает эту концепцию теория монтажа С. Эйзенштейна, базирующаяся на систематизации формальных положений кинотеории, допускающих использование различных киносредств, будь то свет или ракурс для видоизмененной интерпретации реальности «другими словами, характеристики кинотекста определяются так называемым “монтажным порядком” или ритмико-поэтическими правилами (контрапункта, параллелизма доминирующего движения или образа и др.» [2, с. 104].

1 Наиболее яркими примерами могут быть В. Шкловский и Ю. Тынянов.

2 В эту группу значимых единиц фильма в качестве фигур киноязыка входят киноэпитет, кинометоним, киносинекдох.

3 Наплывы, ракурсы, повторные перебивки, правила следования планов, композиционного синтаксиса внутрикадровых элементов, выражающих пространственные, временные и смысловые отношения вещей и событий в фильме.

Из этих рассуждений проистекает философия монтажа, развиваемая в работе «Неравнодушная природа», трактующая возможность создания синтетическим способом механизмов формирования смысла или же значения, посредством соединения нескольких элементов для искусственного порождения нового, обладающего вербальными и визуальными характеристиками<sup>4</sup>. Логичным следствием становится оформление различных смысловых нагрузок текста кинопроизведения. «Из формальных же монтажных элементов (изгибов форм, выхваченных траекторий движения, мелодических линий музыки) далее складываются смысловые фигуры или так называемые киноиероглифы, в которых определенным образом переосмысливается классическое противопоставление видимого (визуального, динамичного) и невидимого (вербального, смыслового, неподвижного)» [2, с. 104].

Впоследствии эта структурная концепция, введившая принцип иероглифичности кинотекста, получает семиотическую трактовку в рассуждениях П.П. Пазолини (Pier Paolo Pasolini), рассматривавшего экранный и вербальный языки в качестве синонимичных конструкций, вводя понятие «монемы», позволяющей анализировать скрытые смыслы особых знаков — кинемо, имеющих философский смысл.

Во многом это близко к рассуждениям Ю.М. Лотмана, подчеркивающего следующее: «Мы обнаруживаем своеобразную систему сходств и различий, позволяющую видеть в киноязыке раз-

4 Подобного рода результат достигается за счет синтезирования метафоры, поэтизирующей реальность с такими видами монтажа, как внутрикадровый и межкадровый.

новидность языка как общественного явления» [9, с. 312]. Структурной доминантой кинотекста Лотман именуется кадр [9, с. 309] как «основной носитель значений киноязыка», что формирует эффект многоканального видоизменяемого пространства: «Мир кино — это зримый нами мир, в который внесена дискретность» [9, с. 306].

Таким образом, культура монтажа, о которой не раз упоминал С. Эйзенштейн, — это не что иное, как соединение морфем в слова, а их в предложения [9, с. 343–344], в чем и проявляется философия кинопроизводства, таким образом, демонстрируется «мифология кинопроизводства», концентрированным выражением которой и становится феномен трейлера.

Логичным дополнением рассуждений Лотмана, по нашему мнению, является трактовка У. Эко, подчеркивающего, что «проблемы кино должны обсуждаться с акцентом на семиотику иконического знака и анализ его компонентов» [18, р. 103]. Мыслитель предлагает выделение нескольких базовых кодировок, обеспечивающих эффективный текстологический анализ поля любого кинопроизведения:

а) коды бессознательного (обеспечивающие использование архетипических конструкций);

б) риторические коды (очерчивающие рамки интерпретации демонстрируемого явления);

в) стилистические коды (концентрирующие внимание на шаблонном инструментарии, позволяющем выделить основные смысловые категории);

г) коды вкуса и сенсорные коды (шаблонизирующие интерпретацию базовых образов);

д) иконографические коды (которые могут обеспечивать стереотипизацию образов, локализуя пространство интерпретации кинопроизведения) [18, р. 103–121].

При этом стоит обратить внимание, что наблюдается постоянное взаимодействие различных кодов, которые условно можно разделить на несколько основных групп, что предлагает К. Метц:

1) культурно-антропологические коды, являющиеся структурными элементами массового сознания, усвояемыми индивидом в рамках процесса социализации, обеспечивая стереотипное восприятие тех или иных контекстов, что заставляет активно использовать стандартизированные сюжеты, обеспечивая тем самым внимание зрителя, что наглядно демонстрирует исключительную важность трейлера, демонстрирующего базовые мифологемы, привлекающие потребителя, используя ассоциативные и ретроспективные коды, образные или иконические структуры;

2) специализированные коды, обеспечивающие сочетание комплекса разнородных компонентов за счет синтеза различных образов (они могут опираться на механику построения кадра, монтаж или коды повествования, изобразительные и аудиальные средства и пр.) [19].

«В определенном приближении любой фильм можно определить, как дискретную последовательность непрерывных участков текста. Назовем эту последовательность кинотекстом <...> единицей кинотекста всегда является пара ядерных кадров» [19, с. 109–111].

Подобная трактовка позволяет предположить, что с семиотической точки зрения трейлер, являясь формой кинотекста, и может трактоваться в качестве первичной структуры — или же текста первого порядка.

Если учесть мнение таких исследователей, как Г.Г. Слышин и М.А. Ефремова, рассматривающих кинотекст в качестве формы креолизного текста, как «связное, цельное и завершенное сообщение, выраженное при помощи вербальных (лингвистических) и невербальных (иколических и/или индексальных) знаков, организованное в соответствии с замыслом коллективного, функционально дифференцированного автора при помощи кинематографических кодов, зафиксированное на материальном носителе и предназначенное для воспроизведения на экране и аудиовизуального восприятия зрителями» [14, с. 32]. Можно заметить, что современный трейлер обладает всеми этими характеристиками, что, в свою очередь, позволяет предполагать, что в последние 50–70 лет развития кинематографа наблюдается трансформация трейлера из текста второго порядка в универсальную категорию, которую можно классифицировать как в вышеуказанном качестве, так и в качестве первичного текста.

Нельзя не обратить внимания на то, что кинотекст обладает целым рядом специфических характеристик, и в первую очередь это наличие коллективного функционально дифференцированного автора. Как подчеркивает М. Велижев: «Режиссер находится как бы над всеми остальными, но при этом... не представляется возможной редукция съемочной группы как творца только к фигуре режиссера» [1].

Обратим внимание на базовые текстологические характеристики кинопроизведения-кинотекста (в данном качестве могут выступать как непосредственно кинопродукция, так и промоматериалы — трейлеры):

1. Диалогичность, основанная на прагматизме, — один из первых факторов, характеризующих природу кинотекста. Выстраивая систему взаимодействий между автором и «читателем», намечается эффект имплицитной интеграции, обеспечивающей появление эмоционально окрашенной ответной реакции со стороны зрителя, которая зачастую не имеет вербального выражения, формируя при этом устойчивый эффект интереса к кинопродукту, что характерно для всего концепта экранной продукции.

2. Кинотекст обладает такой характеристикой как дискретность, что связано с возможностью деления его на несколько элементов в силу того, что он является динамичной системой. Любое кинопроизведение обладает подобной столь важной характеристикой, что фиксировалось в своих рассуждениях С. Эйзенштейном. Исключительно важным является тот факт, что подобная фрагментарность вносит элемент разноплановости в киноискусство, оставляя при этом вопрос, какой из текстов является доминантным — присутствующий в самом кинопродукте или же его трейлере — это открывает возможность трактовать их в качестве равных взаимосвязанных единиц, несмотря на различную степень полноты.

3. Кинотекст по своей природе антропоцентричен — он основан на принципе помещения в центр повествования героя, с учетом того, что этот образ мифологичен по своей природе и включает в себя разноплановые архетипические конструкции, соединяющие повествование воедино. При этом стоит обратить внимание на то, что вслед за древнейшей мифологической традицией герой является синтетической конструкцией, включая в себя образ плута (трикстера), комбини-

рующейся с дополнительными компонентами, именуемыми Л. Бурбо особыми масками, что формирует феномен героического архетипа, повсеместно эксплуатируемого в рамках экранной культуры. В подобном контексте необходимо значительное пространство для максимально полного раскрытия образа героя, чего зачастую лишен трейлер, и эта задача ложится на основное повествование, что демонстрирует его доминирование в этом контексте.

4. Кинотекст в высшей степени субъективен, в силу своей поликомпонентности за счет чего он обладает особым типом модальности, что проистекает из специфичности его структуры. Его в целом можно рассматривать в качестве своеобразной квинтэссенции поликультурализма, обеспечивающей максимально эффективную интеграцию в массовое сознание, что в высшей степени эффективно сочетается с антропоцентризмом его поля. Опять же это универсальная категория, применимая в различных направлениях экранного искусства, что можно трактовать в качестве одной из доминант развития современной массовой культуры.

5. Важной особенностью кинотекста (в этом качестве выступает и трейлер) является его устойчивость, построенная на комплексе причинно-следственных связей, что наглядно демонстрирует условность самостоятельности каждого из его структурных элементов — эпизодов, демонстрируя возможность рассматривать оный в качестве «когерентной целостности». Как известно, к любому кинопродукту предъявляется требование — быть целостной структурой, однако в отношении к трейлеру, как специфическому виду кинопродукции, категория целостности применима в особом контек-

сте — он является целостным повествованием, намечающим основные векторы раскрытия сюжета, лишь обозначая их, демонстрируя его соподчиненность базовому тексту кинопроизведения.

6. Реализация принципа линейности показывает возможность изменения вектора движения повествования, что допускает использование как проспекции, так и ретроспекции, создавая эффект многомерности пространства повествования, превращая его в локальный культурный ландшафт. Подобный эффект повсеместно используется в различных элементах экранной культуры, в игровой индустрии и кинематографе, создавая шаблоны, активно применяемые повсеместно. Соответствующий эффект может быть использован без каких-либо ограничений в рамках кинотрейлера, а также игрового трейлера, что является показателем его самодостаточности.

7. Мифологизм проявляется лишь в интерпретации, что демонстрируется в кинотексте за счет принципа темпоральной соотнесенности. Пространство, в рамках которого происходит повествование, ориентировано на действия персонажа, что создает иллюзию присутствия, но влечет за собой трансформацию временного фактора в целях повествования, обеспечивая достижения аллюзии неравномерности, привлекающей зрителя ощущением незавершенности повествования. Соответствующий эффект реализуется в разнообразных типах экранной продукции, максимальная его реализация не связана с ограничениями хронометража, позволяя утверждать, что временной фактор одинаково эффективно реализуется как в полномасштабном кинопроизведении, так и трейлере.

8. Исключительно важным фактором является системность, достигаемая за счет многочисленных семиотических трансформаций, что является наглядной демонстрацией факта множественности субъектов-создателей продукта. По сути, перед нами развитие фактора линейности, что сродни принципу провиденциальности, которому подчиняется кинопроизводство. Феномен системности обеспечивает эффективное взаимодействие базовых компонентов кинопроизводства, обеспечивая реализацию основной цели его создания. Так как рассматриваемая продукция представляется особой структурой циклического характера, системность является базовым фактором ее существования, поэтому подобный принцип прослеживается в равной степени во всех типах экранной продукции.

9. Рассматриваемый ранее фактор целостности проявляется в сочетании следующих составляющих:

а) наличие специальной знаковой системы, фиксирующей начало и завершение повествования, акцентирующей внимание на ключевые элементы повествования;

б) выделение интеграционного взаимодействия лингвистических и нелингвистических элементов;

в) актуализация пространственной синхронизации, то есть наличие максимально четких пространственных и временных рамок.

Все эти факторы общеприменимы как к полноценному кинопроизведению, так и к промофильму или же трейлеру.

10. Кинотекст традиционно характеризуется многоканальной визуализацией, подразумевающей под собой использование различных взаимодополняющих друг друга информационных концептов

для максимально полной передачи информации зрителю.

Рассматриваемый эффект многопоточности предполагает наличие аудиальной составляющей (использование различных эффектов, воздействующих на слуховое восприятие), визуальной — формирующей зрительный поток информации, причем два этих компонента ввиду их устойчивой взаимосвязи могут быть соединены в единый концепт.

Важным компонентом является совокупность механизмов восприятия получаемой информации. И.Р. Гальперин выделяет в этом комплексе следующие составляющие: содержательно-фактуальную, фиксирующую факты, содержательно-концептуальную, отвечающую за формирование концепции восприятия продукта и содержательно-подтекстовую составляющую, обеспечивающую восприятие контекста [3, с. 67]. Комплексно эти факторы обеспечивают полномасштабный анализ поля, сформированного кинотекстом культурного ландшафта.

11. Последней из характеристик, на которую хотелось бы обратить внимание, является специфическая дифференцируемость, что подразумевает под собой наличие стилистического разнообразия, позволяющего разделять кинотексты на основе принципов лингвосемиотики, что определяется на невербальном уровне доминированием индексальных или иконических знаков, а на вербальном уровне — речевым стилем.

Таким образом, приемлемо выделить три базовых типа кинотекста:

а) художественный, характеризующийся доминированием иконических знаков и стилизованной разговорной речи;

б) нехудожественный, основанный на доминировании индексальных знаков, формирующихся за счет использования научного языка, а также элементов публицистического стиля;

в) анимационный, формирующийся за счет использования иконических знаков, поддерживаемых аудиорядом (различие, в котором позволяет сформировать внутритиповую классификацию) [2, с. 106–110].

Все представленные характеристики наглядно демонстрируют возможность трактовать кинопроизведение в качестве особого вида текста — кинотекста, в равной степени с этой позиции можно рассматривать и трейлер, в ряде случаев являющийся самостоятельным продуктом, в силу того, что характеризуемые нами объекты представляют собой сложные лингвосемиотические образования, в современной же научной парадигме актуально их определение как одного из типов креолизованных текстов,

состоящих из нескольких негомогенных частей.

Остается открытым вопрос об особенностях взаимодействия рассматриваемых нами экранных продуктов, что связано, как уже упоминалось ранее с постепенной трансформацией феномена трейлера, который первоначально выступал в качестве вспомогательного продукта, являясь текстом второго порядка, в ряде случаев применительно к кинопроизведению он и остается таковым, но в то же время он сформировался в качестве самостоятельного вида экранной культуры, выступая в ряде случаев в качестве законченного продукта, трансформирующегося за счет активности интернет сообщества. Эти и другие факторы позволяют предположить, что с философской точки зрения на данный момент приемлемо рассматривать трейлер в качестве «универсальной формы» кибертекста, выступающей в равной степени как категория первого и второго ряда.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Велижев М. Режиссер и оркестр в трактовках Теодора Адорно и Федерико Феллини. URL: <http://www.ut.ee/cno/third/fellini.html> (дата обращения: 28.12.2023).
2. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: кинотекст // Политическая лингвистика. Выпуск (2) 22. Екатеринбург. 2007. С. 106–110.
3. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: ЛЕНАНД, 2020. 144 с.
4. Гурко Е. Деконструкция: тексты и интерпретация / Деррида Ж. Оставь это имя (Постскрипtum). Как избежать разговора: денегации. Минск: Экономпресс. 2001. 320 с.
5. Деллюк Л. Фотогения кино. М.: Новые Вехи, 1924. 164 с.
6. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У – Фактория, 2004. 327 с.
7. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект, 2020. 448с.
8. Кристева Ю. Разрушение поэтики. Избранные труды. М.: РОССПЭН, 2004. 652 с.
9. Лотман Ю.М. Об искусстве. СПб.: Искусство-СПБ, 1998. 702 с.
10. Лотман Ю.М. Структура художественного текста. Беседы об искусстве. СПб.: Искусство-СПБ, 1998. 285 с.
11. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего / пер. с англ. И.О. Тюриной. М.: Академический проект, 2005. 495 с.

12. Пондопуло Г.К. О взаимодействии художественных, научных и технических моментов в фото-, кино- и телевизионном творчестве // *Философско-эстетические проблемы киноискусства*. М.: Искусство, 1983. С. 81–96.
13. Савчук В.В. Конверсия искусства. СПб.: Петрополис, 2001. 288 с.
14. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. *Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа)*. М.: Водолей Publishers, 2003. 153 с.
15. Соссюр Ф. *Труды по языкознанию*. М.: Прогресс, 1977. 695 с.
16. Цивьян Ю.Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе // *Труды по знаковым системам № 17. Структура диалога как принцип работы семиотического механизма* / отв. ред. Лотман Ю. Тарту: ТГУ, 1984. С. 109–122.
17. Ямпольский М.Б. *Память Тиресия. Интертекстуальность и кинематограф*. М.: РИК «Культура», 1993. 456 с.
18. Eco U. *Towards a Semiotic Inquiry into the Télévision Message* // *Working Papers in Cultural Studies*, 1972, pp. 103–121.
19. Metz C. *Essais sur la signification au cinema*. P.: Klincksieck, 1968. 268 p.
20. Peirce C.S. *Philosophical Writings of Peirce*. NY.: Dover Publications, 1955. 386 p.

## REFERENCES

1. Velizhev, M. *Rezhisser i orkestr v traktovkax Teodora Adorno i Federiko Fellini* [Director and orchestra in the interpretations of Theodor Adorno and Federico Fellini]. Available at: <http://www.ut.ee/cno/third/fellini.html> (Accessed 28 December 2023). (In Russ.)
2. Voroshilova, M.B. *Kreolizovanny`j tekst: kinotekst* [Creolized text: kinotext]. *Ekaterinburg, Politicheskaya lingvistika*, no. 2 (22), 2007, pp. 106–110. (In Russ.)
3. Gal`perin, I.R. *Tekst kak ob`ekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object of linguistic research]. Moscow, LENAND Publ., 2020. 144 p. (In Russ.)
4. Gurko, E. *Dekonstrukciya: teksty` i interpretaciya* [Deconstruction: texts and interpretation], *Derrida Zh. Ostav` e`to imya* (Postsriptum). *Kak izbezhat` razgovora: denegacii* [Jacques Derrida. Sauf le nom. Comment ne pas parler]. Minsk, E`konompres Publ., 2001. 320 p. (In Russ.)
5. Dellyuk, L. *Fotogeniya kino* [Photogeny of cinema]. Moscow, Novy`e Vexi Publ., 1924. 164 p. (In Russ.)
6. Kastel`s M. *Galaktika Internet* [Galaxy Internet]. Ekaterinburg, U-Faktoriya Publ., 2004. 327p. (In Russ.)
7. Kirillova, N.B. *Mediakul`tura: ot moderna k postmodernu* [Media Culture: from modern to postmodern]. Moscow, Akademicheskij Proekt Publ., 2020. 448 p. (In Russ.)
8. Kristeva, Yu. *Razrushenie poe`tiki. Izbranny`e trudy`* [Destruction of poetics. Selected works]. Moscow, ROSSPE`N Publ., 2004. 652 p. (In Russ.)
9. Lotman, Yu. M. *Ob iskusstve* [About art]. Sankt-Peterburg, Iskusstvo-SPB Publ., 1998. 702 p. (In Russ.)
10. Lotman, Yu. M. *Struktura xudozhestvennogo teksta, Besedy` ob iskusstve* [The structure of a literary text. Conversations about art]. Sankt-Peterburg, Iskusstvo-SPB Publ., 1998. 285 p. (In Russ.)
11. Maklyue`n, M. *Galaktika Gutenberga: stanovlenie cheloveka, pechatayushhego* [Gutenberg Galaxy: the Formation of a person printing], per. s angl. I. O. Tyurinoj. Moscow, Akademicheskij proekt Publ., 2005. 495 p. (In Russ.)
12. Pondopulo, G.K. *O vzaimodejstvii xudozhestvenny`x, nauchny`x i texnicheskix momentov v foto, kino i televizionnom tvorchestve* [On the interaction of artistic, scientific and technical moments in photography, cinema and television creativity]. *Filosofsko-è`steticheskie problemy` kinoiskusstva* [Philosophical and aesthetic problems of cinematography]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1983, pp. 81–96. (In Russ.)
13. Savchuk, V.V. *Konversiya iskusstva* [Conversion of art]. Sankt-Peterburg, Petropolis Publ., 2001. 288 p. (In Russ.)

14. Sly`shkin, G.G., Efremova, M.A. Kinotekst (opy`t lingvokul`turologicheskogo analiza) [Kinotext (experience of linguoculturological analysis)]. Moscow, Vodolej Publishers, 2003. 153 p. (In Russ.)
15. Sossyur, F. Trudy` po yazy`koznaniyu [Works on Linguistics]. Moscow, Progress Publ., 1977. 695 p. (In Russ.)
16. Lotman, Yu. (ed.) Civ`yan, Yu.G. K metasemioticheskomu opisaniyu povestvovaniya v kinematografe [Towards a metasemiotic description of narration in cinema]. Trudy` po znakovy`m sistemam no. 17. Struktura dialoga kak princip raboty` semioticheskogo mex-anizma [The structure of the dialogue as the principle of the semiotic mechanism]. Tartu, TGU, 1984, pp. 109–122. (In Russ.)
17. Yampol`skij, M.B. Pamyat` Tiresiya. Intertekstual`nost` i kinematograf [Memory of Tiresias. Intertextuality and cinematography]. Moscow, RIK “Kul`tura” Publ., 1993. 456 p. (In Russ.)
18. Eco, U. Towards a Semiotic Inquiry into the Télévision Message. Working Papers in Cultural Studies, 1972, pp. 103–121.
19. Metz, C. Essais sur la signification au cinema. P.: Klincksieck, 1968. 268 p.
20. Peirce, C.S. Philosophical Writings of Peirce. NY.: Dover Publications, 1955. 386 p.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted **16.02.2025**

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing **28.02.2025**

Принята к публикации / Accepted for publication **25.03.2025**