

Фреймы TikTok-буктрейлеров

Бугаева И.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) (ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3682-4880>, e-mail: bugaevaiv@mail.ru

Тараденко Т.Д.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) (ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н. Косыгина), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5047-9306>, e-mail: t.taradenko@yandex.ru

В статье поставлена проблема фреймового содержания буктрейлеров, размещаемых на интернет-платформе TikTok. Цель исследования — описать особенности фреймов TikTok-буктрейлера как жанра поликодового текста, которая достигается выполнением ряда задач: составления плейлиста собранного эмпирического материала; реферативного анализа научных работ, посвященных фрейму; описания особенностей TikTok-буктрейлера как жанра поликодового текста и его жанровых параметров, а также фреймового содержания TikTok-буктрейлера. Материалом исследования послужили буктрейлеры, размещенные в открытом доступе на платформе TikTok в количестве 70 единиц. Данные видеоролики размещены в форме плейлиста для данного исследования. Методами лингвистического описания и фреймового анализа выведены следующие типы фреймов TikTok-буктрейлеров: «ключевые слова», «сюжетные детали», «символы». Каждый из них характеризуется особенностями содержащейся информации. Фреймы TikTok-буктрейлеров отражают структурные сюжетные элементы первоисточника — книги. Они укладывают объемную информацию литературного произведения в ячейки, выстраиваясь по принципам логического отношения между собой. Каждый слот TikTok-буктрейлера — это кадры, фрагменты видео- или аудиоматериалов, звуковых и визуальных спецэффектов; некие образы, которые отражают социокультурные факторы.

Ключевые слова: TikTok, буктрейлер, поликодовый текст, фрейм, фреймовый анализ.

Для цитаты: Бугаева И.В., Тараденко Т.Д. Фреймы TikTok-буктрейлеров [Электронный ресурс] // Язык и текст. 2023. Том 10. № 3. С. 52–60. DOI:10.17759/langt.2023100306

Frames of TikTok's Book Trailers

Irina V. Bugaeva

A.N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art), Moscow, Russia,
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3682-4880>, e-mail: bugaevaiv@mail.ru

Tatiana D. Taradenko

A.N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art), Moscow, Russia,
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5047-9306>, e-mail: t.taradenko@yandex.ru

This article poses the problem of the frame content of book trailers published on TikTok Internet platform. The aim of the research is to describe the features of TikTok's book trailer's frames as a genre of polycode text, which is achieved by the following tasks: to make a playlist of collected empirical material; to present an abstract analysis of scientific works devoted to the frame; to present the characteristics of TikTok's book trailers as a genre of polycode text and its genre features; to determine the positions of TikTok's book trailer in relation to the frame; to analyze the frame content of TikTok's book trailer. The study material was 70 book trailers posted in the public domain on TikTok platform. These videos were placed in the form of a playlist for this study. Linguistic description and frame analysis methods were used to identify the following types of TikTok's book trailers' frames: «key words», «plot details», «symbols». Each of them is characterized by its own characteristics of the information contained. The frames of TikTok's book trailers reflect the structural plot elements of the primary source — the book. They arrange the voluminous information of the literary work in boxes, lining up according to the principles of logical relationship to each other. Each TikTok's book trailer's slot is a frame, fragments of video or audio material, sound and visual special effects; some images that are subjected to a socio-cultural factor.

Keywords: TikTok, book trailer, polycode text, frame, frames-analysis.

For citation: Bugaeva I.V., Taradenko T.D. Frames of TikTok's Book Trailers. *Yazyk i tekst = Language and Text*, 2023. Vol. 10, no. 3, pp. 52–60. DOI:10.17759/langt.2023100306 (In Russ.).

Введение

Данная работа посвящена исследованию поликодовых текстов на материале TikTok-буктрейлеров — нового жанра интернет-коммуникации. В связи с тем, что буктрейлер меняется вслед за своей аудиторией, новая интернет-платформа для данного поликодового текста диктует определенные требования к размещаемым видеороликам. Ограниченные временные рамки TikTok-буктрейлеров делают видеоролик клиповым, «мигающим». Кадры/нарезки приобретают границы четкого характера, устанавливая между собой смысловые фреймовые связи.

Основная часть

Понятие фрейма, представляющее собой способ, форму представления информации или единицу знания, входит в число широко используемых терминов в современной когнитивной лингвистике. В первую очередь данное научное явление связано с именами Марвина Ли Минского и Чарльза Филлмора. М.Л. Минский рассматривал фрейм в аспекте теории

искусственного интеллекта как структуру «данных для представления стереотипной ситуации» [8, с. 7]. Фрейм, по версии М. Минского, можно представить в виде рамки или сетки из узлов и связей между ними. Ученый разделял фреймы на классифицирующий (статический) и динамический (сценарный) типы. Согласно его исследованиям, с помощью фреймов, с точки зрения данной теории, можно разбить всю базу знаний человека [8].

В лингвистику понятие фрейма ввел, как известно, Ч. Филлмор [14], который иллюстрировал его простыми и обыденными примерами («семья», «торговля», «дни недели» и др.). Но Ч. Филмор проложил дорогу лингвистическому фрейму, затронув ряд проблемных вопросов, направленных на то, чтобы связать новое понятие с языкознанием и, в частности, с понятием категории. Другими словами, Ч. Филлмор утверждал, что для успешного понимания текста необходимо, чтобы интерпретатор имел способность «имплицитно» давать ответ на вопрос: «Почему в языке существует категория, которую представляет данная форма?», и также полагал, «что абстрактный фрейм мотивирует эту категорию» [14, с. 65–68]. Таким образом, фрейм, с точки зрения Ч. Филлмора, представляет собой когнитивную структуру, схематизирующую опыт.

Т.А. ван Дейк понимал фрейм как единицу концептуальной системы или некой собранной воедино информации о стереотипной, типической ситуации, которая ассоциируется с тем или иным концептом. Фреймы, по мнению ученого, представляют то, что является «характерным и типичным» [6, с. 16–17].

О.В. Соколова определила два подхода понимания «фрейма» в лингвистике для анализа различных явлений в языкознании. Во-первых, фрейм — структура знания (часть когнитивной системы человека). В этом случае фрейм представляет собой часть когнитивной системы человек, когнитивную структуру, сложившуюся в результате появления некоего обобщенного знания о той или иной сфере. Во-вторых, фрейм — структура представления знаний (инструмент представления когнитивной структуры). Другими словами, фрейм выступает как инструмент для когнитивной системы человека, моделью знаний о стереотипной ситуации [11].

З.А. Харитончик считает, что фрейм — это средство организации и инструмент познания, некая внутренняя когнитивная информация [15, с. 98]. Можно сказать, что фрейм представляет собой когнитивную базу человека, которая универсальна для любого языкового общества, чье когнитивное знание представлено концептуальными структурами.

Отношения между концептом и фреймом имеют неоднозначную трактовку. С одной стороны, фрейм позиционируется как часть концепта, с другой — как соотношение сложного понятия и простого.

Опираясь на классификацию фреймов, предложенную А.П. Бабушкиным, Н.А. Кульчицкая выделяет следующие типы: «концепт-представление», концепт-схема, концепт-гипероним, калейдоскопический концепт, концепт-сценарий, концепт-фрейм [7]. Таким образом, фрейм выступает как один из нескольких видов концепта. «Фрейм-структура — мыслимый в целостности многокомпонентный концепт, отражающий клишированные ситуации в совокупности соответствующих стандартов знаний, объемных представлений и всех устойчивых ассоциаций» [1, с. 72].

Фрейм в представлении других ученых выступает как род сложного концепта. Н.Н. Болдырев трактует фрейм как «объемный, многокомпонентный концепт, представляющий собой “пакет” информации, знания о стереотипной ситуации» [3, с. 26].

Исследователь отмечает, что концепт характеризуется простотой его ментальной структуры, а фрейм — сложная система о ситуации [3].

Свойства фрейма определяют методику фреймового анализа: категориальный принцип организации знания; представления знания в типизированной ситуации; выстроенная иерархическая структура [4, с. 31]. Фреймовый анализ позволяет обратить внимание на то, каким образом *«для пользующегося языком человека значение слова реализуется через включение его в некоторую более объемную единицу — пропозицию, фрейм и т.п.»* [2, с. 72]. Он представляет собой модель структурирования информации, что подразделяется на выявление существенных/несущественных связей между элементами знания и создание «жесткой» универсальной структуры, который в свою очередь приводят в универсальности, информационной емкости. Н.Н. Болдырев отмечает, что фрейм способен *«включать любой эпизод знания, каким бы причудливым он не казался, лишь бы его разделяло достаточное количество человек»* [3, с. 30].

В данном исследовании с позиции фреймового подхода рассматриваются TikTok-буктрейлеры — новое явление среди жанров поликодового текста. Буктрейлер (англ. *book trailer*) дословно переводится как трейлер к книге, *«короткий видеоролик, посвященный книге (серии книг) или автору»* [12, с. 312]. Главной целью буктрейлера является привлечение внимания зрителя ролика, чтобы он купил или взял книгу в библиотеке и прочитал ее.

Данная цель достигается буктрейлером выполнением ряда функций:

- **рекламно-маркетинговой.** В самом начале своего появления буктрейлер был инструментом для привлечения внимания читателей к книгам библиотек и/или издательств;
- **информативной.** Буктрейлер дает представление о книге в таком виде, чтобы у зрителя появилось желание обратиться к первоисточнику и получить дополнительную информацию;
- **аттрактивной.** Грамотный видеоролик привлекает внимание аудитории. Если в ранние годы буктрейлер на первый план ставил только книгу или автора, то сегодняшние видеоролики характеризуются более профессиональными решениями видеомонтажа и представляют собой самостоятельное произведение, похожее на кинематографичное;
- **креативной.** Буктрейлер представляет собой синтез творчества и технологий, который создает поле для творчества авторам видеоролика. На сегодняшний день профессиональные создатели подобных книжных рекламных видеопродуктов могут обладать своим собственным стилем (например, резким и рваным монтажом, черно-белой цветокоррекцией, объемными звуковыми эффектами и пр.);
- **коммуникативной.** Выстраивание коммуникации происходит не только между автором буктрейлера и зрителями, оставляющими комментарии, но и между книгой и зрителями буктрейлера, созданного на ее основе, через взаимодействие вербальных и невербальных компонентов поликодового текста в представлении создателя буктрейлера. При разработке сюжета буктрейлера основная идея книги может меняться, акцентируется внимание на важных, с точки зрения создателя буктрейлера, моментах. Затем буктрейлер как новый поликодовый текст воспринимает зритель, причем это всегда субъективное прочтение;

- **развлекательной.** Требования к качеству буктрейлера с каждым годом растут, и в современном интернет-пространстве существует большое количество книжных рекламных видеороликов, которые по своим техническим характеристикам не уступают киностудийным трейлерам к фильмам. Современному зрителю недостаточно простого слайд-шоу или презентации (неигрового) буктрейлера, его внимание привлекает игровой буктрейлер с качественным видео- и аудиоматериалом, который выстроен таким образом, что действительно напоминает мини-фильм о книге;
- **дидактической.** Буктрейлер является эффективным способом популяризации чтения и анализа прочитанного в образовательной сфере. Создание рекламного ролика по тому или иному произведению, которое изучается на уроках литературы, становится домашним заданием в школе. О.С. Ращупкина отмечает, что *«творческий потенциал данного современного мультимедийного продукта очень высок, что ученик, работающий над буктрейлером, может найти себя в его творческой, технической или исследовательской составляющей, и — самое важное — создать буктрейлер может только тот, кто прочитал и «пережил» текст, ведь его создание формирует у ученика умение анализировать произведение, учит его вдумчивому восприятию и осмыслению, а также формирует и развивает творческие способности»* [9, с. 18];
- **саморефлексирующей.** Буктрейлер может быть создан не только профессионалом и не только с целью рекламы книги. Обычные читатели также создают и загружают в Интернет буктрейлеры, в которых выражают свои мысли по поводу прочитанного, демонстрируют то, что им больше всего понравилось в книге, делятся впечатлениями и т.д.

Существуя на разных платформах (веб-сайты, видеошеринги, социальные сети), буктрейлер тем самым «следует» за своей аудиторией, которая меняет предпочтения от одного канала передачи информации поликодового текста к другой. Таким образом буктрейлер (как и книжная сфера в целом) оказался на развлекательной платформе TikTok, который по мере развития не только значительно расширил аудиторию, но и улучшил свои технические характеристики, что позволило пользователям загружать видеоролики другого характера, не развлекательного. Я.В. Дворянчиков и Е.С. Шепелева пишут об успешной популярности TikTok среди молодежи: *«Аудитория воспринимает информацию фрагментарно и кратковременно, в результате чего, ее может заинтересовать социальная сеть TikTok, идея которой основана на создании коротких и ярких видео. <...> Молодой человек готов целые дни проводить в соц. сетях, ища видео, которое его «зацепит» и вызовет реакцию, причем реакцию любой направленности, главное — не оставить равнодушным. Смотреть такие видео одно удовольствие»* [5, с. 14]. Буктрейлер оказался на стыке рекламного и книжного контента данной платформы. Это объясняет тем, что первоначальной функцией буктрейлера была рекламно-маркетинговая. Переместившись на новый канал, буктрейлер не утратил эту функцию, более того, усилилось значение аттрактивной, развлекательной и саморефлексирующей функций, когда автор видеоролика выражает себя по отношению к книге в своем продукте.

TikTok-буктрейлер — это специфический жанр поликодового текста, сочетающий в себе вербальные и невербальные компоненты. Как жанр он обладает следующими характеристиками:

- 1) **клиповость.** Буктрейлер — это продукт клиповой культуры, которая передает информацию в видео ярких и мгновенных кадров, «клипов», заменившие линейный и связанный текст [13];
- 2) **метатекстовость.** Буктрейлер — это текст о тексте. Метатекст для буктрейлера — это книга, его первоисточник, а метажанровость — это специфическая связь видеоролика с произведением, на которое он сделан;
- 3) **фрагментарность.** Буктрейлер — это нарезка из разных фрагментов кадров не только видео, но и аудио;
- 4) **невербальная коммуникация.** Визуальные и аудиальные компоненты буктрейлера находятся в равных отношениях со словесной частью;
- 5) **целостность.** Вербальные и невербальные компоненты образуют законченную и целостную «картинку» буктрейлера;
- 6) **диалогичность.** Текст-буктрейлер содержит в себе текст-книги. Между этими двумя текстами существует корреляция, позволяющая уместить большой объем «книжной» информации в коротком видеоролике. Однако диалогичность проявляется и в самих вербальных и невербальных элементах, которые (в случаях, когда материалом для буктрейлера послужили чужие видео- и аудио-фрагменты) выстраивают диалог между буктрейлером и своим оригинальным кинопродуктом. Другими словами, буктрейлер — это текст в тексте;
- 7) **модальность.** Автор выражает свою позицию в созданном буктрейлере. *«Выбор модальных элементов обусловлен содержанием книги, коммуникативным намерением автора или издателей как заказчиков буктрейлера, а также композицией и сценарием буктрейлера. В модальных элементах скрыто отношение создателя буктрейлера к производимому продукту, к содержанию книги»* [10, с. 117];
- 8) **фреймовое содержание.**

TikTok-буктрейлеры по своей структуре представляют собой фрейм или набор фреймов, состоящих из компонентов (слотов) — кадров, видеофрагментов, которые несут какую-либо информацию, относящуюся к книге. Из проанализированного нами эмпирического материала в количестве 70 единиц¹ обнаружилось следующие фреймы-структуры (в скобках указаны примеры):

- **фреймы «ключевые слова»** (TikTok-буктрейлеры № 10, № 38). Данные буктрейлеры содержат текстовые фрагменты и представлены в виде фрейма-концепта. «Зима»: слоты-кадры снега, ледяного источника воды. «Забвение»: слот-кадр героини с непонимающим выражением лица. «Волки»: слот-кадр с приближенным изображением лесного хищника; «Большой Брат»: слот-кадр с мультипликационным изображением персонажа книги. «Рабство»: слот-кадр с изображением колонны заложников и т.д. Данные фреймы содержат информацию о важных сюжетных моментах, ключевых персонажах, а также ассоциациями, как в случае с TikTok-буктрейлером на роман «1984»;

¹ Видеоплейлист «TikTok-буктрейлеры 2023» [Электронный ресурс] / Tatiana Taradenko. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/1h18e6UXAxP2PWhFaMTwhdmzZjHGeyU57?usp=sharing> (дата обращения: 19.04.2023).

- **фреймы «сюжетные детали»** (TikTok-буктрейлеры № 11, № 19). Фреймы содержат слоты-кадры с изображением тех или иных фрагментов, важных знаков, которые несут информацию о конкретных сюжетных элементах книги (персонажи, время и место действия и т.д.). Зачастую это всего один кадр, а весь буктрейлер состоит из одних фреймов-символов. Например, слоты-кадры с изображением меча, поездки на лошади, средневековой одежды во фрейме «Хронотоп». Слоты-кадры с изображением темного леса, ночи, сверхъестественного существа, черепа, готической девушки во фрейме «Жанр». Фрейм «Персонажи», слоты которого содержат кадры внешности, деталей характера, особенности отношений с другими героями и пр.;
- **фреймы «символы»** (TikTok-буктрейлеры № 6, № 53). Данные фреймы содержат слоты-кадры, несущие символический характер, смысл которых находится в самой книге. Например, изображение шахматных фигур, катящихся по полу яблок, черной свечи и др.

Таким образом, TikTok-буктрейлер представляет собой фреймовое содержание, которое составляется автором буктрейлера самостоятельно и/или заказчиком буктрейлера (автор книги, издательство и т.д.). Выбор тех или иных фреймов происходит исходя из требований заказчика или объективно-субъективного взгляда создателя буктрейлера (либо как исполнителя заказа, либо как простого читателя). Текст буктрейлера строится на фреймах полного первичного текста. Фреймы и логические отношения между ними создают глубинное понимание и содержание текста книги. Фреймовое представление с его системой слотов буктрейлера позволяет грамотно свернуть сюжет и жанровые детали объемного первоисточника в короткие временные рамки.

Литература

1. *Алефиренко Н.Ф.* Этноэдемический концепт и внутренняя форма языкового знака // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. № 1. С. 70-81.
2. *Белякова Л.А.* Пропозиционально-фреймовое моделирование речевой деятельности (на материале ассоциативного эксперимента) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2012. № 3. С. 70-73.
3. *Болдырев Н.Н.* Концептуальное пространство когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. № 1. С. 18-35.
4. *Гусельникова О.В.* Возможности фреймового анализа // Мир науки, культуры, образования. 2009. № 5. С. 29-32.
5. *Дворянчиков Я.В., Шепелева Е.С.* Роль TikTok в социализации детей и подростков // Форум молодежной науки. Т. 2. № 6. 2021. С. 11-16.
6. *Дейк ван Т.А.* Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. / сост. В.В. Петрова, под ред. В.И. Герасимова. 1998. М.: Прогресс. 310 с.
7. *Кульчицкая Н.А.* Фрейм как тип лексического концепта [Электронный ресурс] // Горловский государственный педагогический институт иностранных языков. 2006. URL: http://www.rusnauka.com/ONG/Philologia/7_kul_chickaja%20n.a..doc.htm (дата обращения: 28.03.2023).
8. *Минский М.Л.* Фреймы для представления знаний. 1979. М.: Энергия. 151 с.
9. *Ращупкина О.С.* Буктрейлер как оригинальный перпендикуляр к тексту // Нижневартковский филологический вестник. 2019. Т. 1. С. 12-19.
10. *Рахматуллина Д.Р.* Буктрейлер как форма поликодового текста // Вопросы современной

филологии в контексте взаимодействия языков и культур. 2021. № 1. С. 116-119.

11. Соколова О.В. Категория фрейма в современной лингвистике // Вестник АГТУ. 2007. № 1. С. 236-239.

12. Тараденко Т.Д. Буктрейлер в объективе клип-культуры // Слово. Текст. Источник. Методология современного гуманитарного исследования: материалы II Международной научной конференции 22-23 апреля 2022 г. 2023. Вып. 2. Ч. 2. С. 309-322.

13. Тоффлер Э. Третья волна. 2010. М.: ООО «Фирма “Издательство АСТ”». 784 с.

14. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике. 1988. Вып. 23. С. 65-68.

15. Харитончик З.А. Способы концептуальной организации знаний в лексике языка // Язык и структура представления знаний. 1992. С. 98-123.

References

1. Alefirenko N.F. Etnoeidemicheskii kontsept i vnutrennyaya forma yazykovogo znaka // Voprosy kognitivnoi lingvistiki. 2004. № 1, pp. 70-81 (In Russ.).

2. Belyakova L.A. Propozitsional'no-freimovoe modelirovanie rechevoi deyatelnosti (na materiale assotsiativnogo eksperimenta) // Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. 2012. № 3, pp. 70-73 (In Russ.).

3. Boldyrev N.N. Kontseptual'noe prostranstvo kognitivnoi lingvistiki // Voprosy kognitivnoi lingvistiki. 2004. № 1, pp. 18-35 (In Russ.).

4. Gusel'nikova O.V. Vozmozhnosti freimovogo analiza // Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya. 2009. № 5, pp. 29-32 (In Russ.).

5. Dvoryanchikov Ya.V., Shepeleva E.S. Rol' TikTok v sotsializatsii detei i podrostkov // Forum molodezhnoi nauki. T. 2. № 6. 2021, pp. 11-16 (In Russ.).

6. Deik van T.A. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya: per. s angl. / sost. V.V. Petrova, pod red. V.I. Gerasimova. 1998. Moscow: Progress. 310 p. (In Russ.).

7. Kul'chitskaya N.A. Freim kak tip leksicheskogo kontseptu [Elektronnyi resurs] // Gorlovskii gosudarstvennyi pedagogicheskii institut inostrannykh yazykov. 2006. Available at: http://www.rusnauka.com/ONG/Philologia/7_kul_chickaja%20n.a..doc.htm (Accessed: 28.03.2023) (In Russ.).

8. Minskii M.L. Freimy dlya predstavleniya znaniy. 1979. Moscow: Energiya. 151 p. (In Russ.).

9. Rashchupkina O.S. Buktreiler kak original'nyi perpendikulyar k tekstu // Nizhnevartovskii filologicheskii vestnik. 2019. T. 1, pp. 12-19 (In Russ.).

10. Rakhmatullina D.R. Buktreiler kak forma polikodovogo teksta // Voprosy sovremennoi filologii v kontekste vzaimodeistviya yazykov i kul'tur. 2021. № 1, pp. 116-119 (In Russ.).

11. Sokolova O.V. Kategoriya freima v sovremennoi lingvistike // Vestnik AGTU. 2007. № 1, pp. 236-239 (In Russ.).

12. Taradenko T.D. Buktreiler v ob'ekte klip-kul'tury // Slovo. Tekst. Istochnik. Metodologiya sovremenno gumanitarnogo issledovaniya: materialy II Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii 22-23 aprelya 2022 g. 2023. Vyp. 2. Ch. 2, pp. 309-322 (In Russ.).

13. Toffler E. Tret'ya volna. 2010. Moscow: ООО «Фирма “Издательство АСТ”». 784 p. (In Russ.).

14. Fillmor Ch. Freimy i semantika ponimaniya // Novoe v zarubezhnoi lingvistike. 1988. Vyp. 23, pp. 65-68 (In Russ.).

15. Kharitonchik Z.A. Sposoby kontseptual'noi organizatsii znaniy v leksike yazyka // Yazyk i struktura predstavleniya znaniy. 1992, pp. 98-123 (In Russ.).

Бугаева И.В., Тараденко Т.Д.
Фреймы TikTok-буктрейлеров
Язык и текст. 2023. Том 10. № 3. С. 52–60.

Bugaeva I.V., Taradenko T.D.
Frames of TikTok's Book Trailers
Language and Text. 2023. Vol. 10, no. 3, pp. 52–60.

Информация об авторах

Бугаева Ирина Владимировна, доктор филологических наук, доцент, Институт славянской культуры, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) (ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3682-4880>, e-mail: bugaevaiv@mail.ru

Тараденко Татьяна Дмитриевна, магистрант, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) (ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5047-9306>, e-mail: t.taradenko@yandex.ru

Information about the authors

Irina V. Bugaeva, Doctor in Philology, Associate Professor, Institute of Slavic Culture, A.N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art), Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3682-4880>, e-mail: bugaevaiv@mail.ru

Tatiana D. Taradenko, MA student, A.N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art), Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5047-9306>, e-mail: t.taradenko@yandex.ru

Получена 01.09.2023
Принята в печать 15.09.2023

Received 01.09.2023
Accepted 15.09.2023