



TATIANA KANANOWICZ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1156-5934>

Uniwersytet Gdański

ДИСКУРС СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ: КИНОАННОТАЦИЯ И ЕЕ ЖАНРОВЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ

THE DISCOURSE OF STREAMING PLATFORMS: FILM SUMMARY AND ITS GENRE VARIANTS

Streaming platforms actively use film summaries to promote their content. According to several criteria — structural, cognitive, and stylistic — the genre is divided into several subgenres, which both developers and users recognize as distinct textual units. These units can be placed at different levels of hypertext and combined in various ways into larger genre collections. This distinctiveness has necessitated specific naming and ensured the recognizability of these units within the already established genres of screenwriting, marketing, and publishing — the logline, synopsis, tagline, and blurb. The article examines the processes by which these genre formations are incorporated into the discursive space of streaming platforms.

Keywords: streaming platform, genre, film summary, logline, synopsis, tagline, blurb

ВВЕДЕНИЕ

Появление стриминговых видеосервисов (онлайн-кинотеатров) ознаменовало не только начало новой эры в индустрии кино и секторе досуга, но и дало толчок для формирования нового медиасообщества и нового дискурса. Дискурс стриминговых платформ представляет собой уже оформившееся, достаточно стабильное, однородное с функциональной точки зрения, коммуникативное пространство с легко вычлняемой коммуникативной ситуацией, выразительно очерченными профилями адресанта и адресата, а также собственным набором жанровых образований¹. Важной чертой жанрообразования в рамках

¹ Т. В. Кананович, *Вокруг стриминговых платформ: дискурс нового медиасообщества // Русский язык и русская литература в многоязычном мире*, Великотырново 2025 (в печати).

данного дискурса является использование жанровых коллекций² — создание своеобразных коллажей из базовых жанровых элементов, с более или менее выразительной жанровой квалификацией. Одним из таких базовых элементов является вербальное описание фильма — киноаннотация.

Целью настоящей статьи является анализ корпуса аннотаций к фильмам, собранным с американских (Netflix, HBO Max, Prime, Disney, Apple TV) и российских (Кинопоиск, Старт, Окко, Иви) стриминговых платформ, для определения жанровой принадлежности этих текстовых единиц. Методологической основой анализа является концепция паратекста Ивоны Леве³, а также теория жанрового образца Марии Войтак и его аспектов: структурного, прагматического, познавательного и стилистического⁴. В работе используются также и другие термины, введенные в научный обиход названной исследовательницей: к ним относятся уже упомянутая *жанровая коллекция*, а также *путешествующий жанр*⁵.

1. ДИСКУРС СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ

Появление стримингового (потокowego) вещания — непрерывной доставки удаленным пользователям потоков аудиовизуального контента в режиме реального времени или по запросу (отложенный просмотр)⁶ — дало толчок развитию стриминговых (потокowych) платформ, известных также под названием онлайн-кинотеатров, которые обеспечивают возможность доступа к кинопродукции через сервисы VOD (*video on demand* — видео по запросу). И хотя «родоначальником» идеи стримингового ви-

² М. Wojtak, *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, «Poznańskie Spotkania Językoznawcze» 2006, т. XV, с. 144.

³ I. Loewe, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2007.

⁴ М. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2004, с. 11–19.

⁵ М. Wojtak, *O wybranych translokacjach komunikacyjnych w dyskursie religijnym*, «Stylistyka» 2018, т. XXVII, с. 47–63.

⁶ В.Е. Burroughs, *Streaming media: audience and industry shifts in a networked society*, University of Iowa 2015, H. S. Spilker, T. Colbjørnsen, *The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept*, «Media, Culture & Society» 2020, т. 42, № 7–8, с. 1210–1225.

деосервиса стал интернет-кинопрокат, новая услуга совместила в себе черты кинотеатра и телевидения, став для них серьезным конкурентом в борьбе за внимание зрителей.

Следует напомнить, что будущий стриминговый гигант Netflix был основан в 1997 г. как первый в мире интернет-магазин проката DVD-дисков. В 2007 г. в интернет-пространство была перенесена также и видеопродукция. Тем самым впервые была предложена услуга потокового видео по подписной (SVOD — *subscription video-on-demand*) или транзакционной (TVOD — *transactional video on demand*) модели, что позволило подписчикам смотреть любимые фильмы и сериалы в удобное для них время без необходимости скачивания или сохранения их на устройстве⁷.

Наряду с самым крупным игроком — компанией Netflix, к мировым лидерам относятся компании Disney+, Hulu, Amazon Prime Video, HBO Max, Apple TV, Paramount+, Peacock. Лидерами российского кинорынка являются Кинопоиск, Старт, Окко, Иви. Среди наиболее важных отличительных черт таких сервисов ученые называют возможность повсеместного использования, индивидуализацию и пользовательскую независимость, датификацию алгоритмов выбора, увеличение творческой свободы создателей контента, расширение тематического пула при сокращении жанрового разнообразия⁸.

Новая коммуникативная ситуация вобрала в себя лучшие черты трех уже существующих, в которых в опосредованной коммуникации между отправителем (производителем видеоконтента и прилагаемого к нему описания) и получателем (потенциальным зрителем) роль посредника выполняют 1) пункт проката, 2) традиционное телевидение, 3) кинотеатр. В новой коммуникативной ситуации от проката были заимствованы такие ее составляющие, как, во-первых, относительно неограниченная возможность выбора (последний ограничивается только шириной предложения видеосервиса, а не, как в случае кинотеа-

⁷ M. Sztąberek, *Platforma strumieniowa Netflix — domena VOD czy nowa forma telewizji jakościowej? Historia i sposoby dystrybucji*, «Panoptikum» 2018, № 20 (27), с. 10–32; Н.Л. Горина, *Стриминговые видеоплатформы как феномен современных экранных искусств*, «Вестник Казанского государственного университета науки и искусств» 2022, № 3, с. 75–82.

⁸ А.А. Топонен, *Рынок стриминговых видеосервисов России и США: обзор и тренды*, «Коммуникации. Медиа. Дизайн» 2022, т. 7, № 1, с. 45–55.

тров, — новинками, и, как в случае телевидения, — сеткой телеканала), а также, во-вторых, непрерывный доступ за оплату. От телевидения в новую ситуацию приходит, во-первых, удобство — возможность потреблять контент, не выходя из дома, более того — благодаря доступности приложений на разнообразных видах девайсов — из любого места; во-вторых, увеличиваются маркетинговые возможности посредника (а не производителя), связанные с необходимостью продвигать контент в условиях борьбы за подписчика с конкурентами. При этом глобально меняется характер отношений между отправителем и получателем: групповая (как в случае проката или кино) или массовая (как в случае телевидения) однонаправленная (*ONE TO MANY*) коммуникация превращается в двунаправленную групповую индивидуализированную коммуникацию⁹. Двунаправленность и индивидуализация коммуникации связана с интерактивностью новых медиа, а в данном случае — с возможностью получателя влиять на контент, предлагаемый платформой. Все платформы работают на основе персонализированной системы рекомендаций (*egocasting*), которая считывает вкусы получателя и выводит в топ предложений тот контент, который с максимальной долей вероятности понравится конкретному зрителю. Более того, в контексте онлайн-кинотеатров не используются такие понятия, как зрители, аудитория, зрительская аудитория — каждый пользователь является индивидуальным, поскольку его пользовательские практики всегда уникальны¹⁰. Характеристика коммуникации как групповой связана с разбиением массового получателя на сообщества (группы) получателей¹¹, объединенных общностью способов времяпрепровождения, соучастием в своеобразной ритуальности, общностью интересов и ценностей, — в рамках данного онлайн-кинотеатра.

Таким образом, получателем в новой коммуникативной ситуации выступает продвинутый интернет-пользователь, ценящий удобство, но при этом занимающий активную позицию по отно-

⁹ M. Castells, *Władza komunikacji*, пер. J. Jedliński, P. Tomanek, PWN, Warszawa 2013, с. 81; J. Maćkiewicz, *Odbiorca medialny w erze Web 2.0.*, «Media. Biznes. Kultura» 2023, № 1 (14), с. 15.

¹⁰ P. Winiarczyk, *Różnice pokoleniowe w praktykach odbioru platform streamingowych*, «Mediatization Studies» 2022, № 6, с. 49–70.

¹¹ B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013, с. 38.

шению к контенту: ему нужно делать выбор и принимать решения, следить за графиком релизов площадок, обращать внимание на рекламу новинок. Немаловажно и то, что в финансовом отношении новый получатель может себе позволить подписаться на (иногда и не одну) стриминговую платформу. Посредник (видеосервис) из относительно обезличенного и пассивного становится активным участником коммуникативной ситуации: его задачей становится продвижение контента, в частности разработка и реализация таких маркетинговых приемов, которые способны привлечь и удержать «разбалованного» подписчика.

Как уже было сказано выше, все производимые стриминговым видеосервисом жанры по своей природе представляют собой мультимодальные жанровые коллекции — сложные жанровые образования, характеризующиеся относительной структурной автономией меньших жанровых форм, составляющих одно функциональное целое¹². Основными элементами жанровых коллекций данного дискурса являются: визуальные, аудиовизуальные и вербальные. К визуальным элементам относятся: изображение, лежащее в основе постера (постер сам по себе также является жанровой коллекцией), кадры из фильма, а также кадры со съемочной площадки (так называемые BTS-фото — *Behind the Scenes*), фотографии актеров (каста) и проч. Аудиовизуальные элементы — это промо, тизеры, трейлеры, в том числе расширенные, тизер-трейлеры — видеоролики «дразнилки» / «завлекалки», отличающиеся в основном временной протяженностью — от 10 секунд (тизер) до 4–5 минут (расширенный трейлер). К группе аудиовизуальных элементов относятся также сник-пики — отрывки из сериала, фичуретки — короткометражные фильмы о съемках сериала и допы — дополнительные материалы (например, подборка неудавшихся дублей, смешных моментов со съемочной площадки, репортажи со съемочной площадки, интервью с актерами и командой сериала)¹³.

Вербальные элементы коллекций — это, прежде всего, название фильма, метаданные фильма — информация о режиссере, актерском составе, годе производства, рейтинге, указания на возрастные ограничения, жанровую характеристику и проч. К вербальным элементам относятся также краткие описания —

¹² М. Wojtak, *Gatunek w formie...*, с. 144.

¹³ По материалам Сериального словаря: <https://tvaddictionary.ru/> (15.12.2025).

аннотации, которые и являются объектом рассмотрения в данной статье.

2. КИНОАННОТАЦИЯ И ЕЕ ЖАНРОВЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ

Киноаннотация не является новым жанром. С момента появления киноиндустрии и кинотеатров она была (и остается) неотъемлемым элементом киноафиши/постера и кинофлаера. Возникновение телевидения способствовало ее перемещению в газеты и журналы с телепрограммой, а позднее — в электронный телегид телевизионного провайдера. С появлением видеотехники для домашнего просмотра аннотация стала привычной частью обложек видеокассет и дисков DVD, а с возникновением интернета и информационных интернет-сервисов, посвященных кинопродукции, мы именно там стали искать сведения об интересующих нас фильмах. В эпоху стриминга и онлайн-кинотеатров мы ежедневно встречаемся и/или знакомимся с десятками аннотаций к фильмам, размещенных на стриминговых платформах. Таким образом, аннотация представляет собой пример «путешествующего жанра»¹⁴ — жанра многократного воспроизведения, который, оставаясь в рамках кинодискурса, перемещается по дискурсивным пространствам разнообразных медиа, что, несомненно, накладывает на него свой отпечаток.

С текстовой точки зрения киноаннотация представляет собой сопровождающий текст, так называемый паратекст, ср.:

Под паратекстом понимается такой текст, который сопровождает текст основной [...], базовый, полный [...], то есть продукт культурной деятельности человека, нередко поликодовый, в котором, однако, присутствует и вербальный код. Задача паратекста — сделать корпус (основной текст) легко доступным в спроектированной для него среде восприятия и максимально расширить эту среду. Таким образом, паратекст должен представить основной текст [...] и побудить к его восприятию, давая возможность самостоятельной интерпретации адресату¹⁵.

¹⁴ M. Wojtak, *O wybranych translokacjach...*, с. 49.

¹⁵ I. Loewe, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej...*, с. 23. „Przez paratekst rozumiem taki tekst, który eskortuje tekst właściwy [...], bazę, tekst pełny [...], wytwór działalności kulturowej człowieka, często wielokodowy, w którym jednak udział ma kod werbalny. Paratekst ma za zadanie uczynić z korpusu (tekstu właściwego) tekst łatwo dostępny w projektowanym dla niego środowisku odbiorczym, a środowisko to uczynić jak najliczniejsze. W tym celu

Таким образом, аннотация является вторичным текстом, а также — одновременно — пред- и посттекстом¹⁶. Основными функциями киноаннотации являются информационная и рекомендательная¹⁷.

Обратимся к примерам киноаннотаций, размещенных на избранных стриминговых платформах¹⁸:

Netflix

(1) Старший инспектор борется с внутренними демонами и пытается узнать, что творится в голове серийного убийцы, который скрывается за образом примерного семьянина. (*The Fall*)

(2) Амелия готовится выйти замуж за наследника одной из самых богатых семей Нантакета, но неожиданная смерть срывает свадьбу, и под подозрением оказываются все. (*Идеальная пара*)

Кинопоиск

(стартовое меню фильма)

(3a) Москвичи бегут от своих проблем в русскую глушь. Мистическая утопия с Иваном Янковским и Тихоном Жизневским.

(закладка Детали)

(3b) Столкнувшись с неразрешимыми проблемами, пять молодых москвичей убегают в монастырь неподалеку от полузаброшенной деревни Топи. Они воспринимают поездку как приключение, долгожданную свободу от забот и возможность забыться. Однако путешествие оборачивается чередой загадочных событий, которые лишь приближают то, от чего они бежали, и заставляют сомневаться в реальности происходящего. (*Топи*)

Старт

(стартовое меню фильма)

(4a) На защите правды. Увлекательный исторический детектив с Сергеем Безруковым в роли самого известного адвоката Российской империи.

(закладка Описание)

(4b) Российская империя, XIX век. Присяжный поверенный Плевако — настоящая звезда от мира адвокатуры. Каждый процесс с его участием

ma zaprezentować tekst właściwy [...] i zachęcić do jego odbioru, pozostawiając możliwość interpretacji samemu odbiorcy”. Здесь и далее перевод иноязычных цитат выполнен автором статьи.

¹⁶ Там же, с. 24.

¹⁷ Там же, с. 25.

¹⁸ В случае нескольких вариантов аннотаций каждая из них предваряется названием места в гипертекстовом пространстве кинотеатра, а название фильма приводится после последнего варианта.

превращается в шоу, он берется за самые сложные дела. Вместо амбиций и жажды наживы им движет справедливость. Но чувства не чужды талантливому юристу и оратору. Внезапно вспыхнувшая запретная любовь и обостряющиеся политические расследования грозят перечеркнуть все, над чем Николай Федорович так долго трудился. А кто, если не он, протянет руку помощи людям, нуждающимся в честном суде? Сериал «Плевако» можно смотреть онлайн на START.

(закладка Сюжет)

(4с) Справедливый суд невозможен без героев, которые готовы бороться до последнего. Один из них — присяжный поверенный Плевако (Сергей Безруков). Острый ум, превосходное владение ораторским искусством и страстное желание докопаться до правды выделяют его на фоне коллег. Николай Федорович не сторонится даже самых безнадежных дел. Он свято верит в то, что перед законом все должны быть равны — от князей до простых крестьян. А значит, каждый имеет право на достойную защиту. Очередным вызовом для Плевако становится громкое убийство дворянина, совершенное Прасковьей Качкой. Очевиднейшим мотивом кажется ревность: молодой человек бросил возлюбленную ради другой. Однако процессу всеми силами пытаются придать политический характер. Встав на защиту барышни, поверенный невольно переходит дорогу важным людям и связывается в запутанные государственные дела. Но не только обыски в офисе и пристальное внимание властей угрожают карьере Николая Федоровича. Несмотря на набожность и трепетное отношение к семье, Плевако без памяти влюбляется в замужнюю женщину. Противостоять чувствам невозможно, а честность перед супругой и всем обществом лишит его единственного призвания. Теперь адвокат должен найти способ сохранить свою любовь и по-прежнему помогать людям, которые в нем нуждаются. Ведь без него под угрозой сама справедливость. Исторический детектив «Плевако» можно смотреть онлайн на START. (*Плевако*)

Как можно заметить, вербальные описания фильмов отличаются прежде всего по объему и, как следствие, по информативности. При этом стриминговые платформы по-разному пользуются возможностью рассказать о фильме: некоторые, такие как, Netflix, Sky Showmax, HBO Max, используют только одно описание — объемом до 25 слов. На Prime, Disney, Кинопоиске и Иви мы найдем две версии, а на Окко и Старт — три.

Кроме того, аннотации различаются по виду информации, которую они передают: по этому критерию все описания можно разделить на две большие группы — 1) относящиеся непосредственно к сюжету фильма, то есть те, референтом которых выступает сюжет фильма (см. примеры 1, 2, 3b, 4b, 4с), и 2) несвязанные с сюжетом, представляющие собой информацию о выступивших в главных ролях актерах, режиссере, жанре, а также содержащие мнение о фильме, например, такие:

Netflix

(5) The Guardian: «Безупречная романтическая комедия, которая увлечет вас полностью»; сериал смотрится «на одном дыхании»; «экстраординарная» игра исполнителей главных ролей. (*Один день*)

(6) В горячей драме режиссера Тома Гориса («Стыд. Бельгия»), удостоенной награды Kastaar за лучший сериал, снимались Поммелин Тейс и Элайха Альтена. (*Высокие приливы*)

Все вышесказанное приводит к нас к выводу, что несмотря на функциональную близость и принадлежность к одному гипержанру¹⁹ — аннотации, мы имеем дело с разными жанровыми образованиями. Следует отметить, что их «разность» видят, в частности, разработчики интерфейса онлайн-кинотеатра Netflix, которые, пытаясь разграничить «сюжетные» описания от «несюжетных», ввели для последних специальные символные обозначения — медаль, кресло, лампочка, облачко, диван и др., размещая под ними информацию о позиции данной кинопродукции в рейтингах, полученных наградах, актерах и режиссере. Там же часто можно найти похвальное мнение, высказанное авторитетным источником.

Примечательно то, что на самих платформах мы практически нигде не найдем названия того жанра/жанров, под которыми кроются все эти довольно разные тексты. Американские стриминговые платформы, за исключением Disney, не используют наименований для вербального описания фильма. На российских и платформе Disney также без наименования остаются наиболее краткие описания в стартовом меню фильма, для наименования более подробных версий используются следующие обозначения: *о фильме/ сериале* (Иви), *детали* (Кинопоиск), *описание* (Старт, Окко), *подробное описание* (Окко), *сюжет* (Иви), *details* (Disney). На информационных сайтах, посвященных кинематографии, например, на польском Filmweb, названия рубрик, под которыми размещаются краткое и развернутое описания, звучат, соответственно, как *zarys fabuły* и *opis filmu*. На IMDb — это такие наименования, как: *storyline*, *plot summary* (обычно несколько версий — от кинокомпании-производителя,

¹⁹ К. Ф. Седов, *О жанровой природе дискурсивного мышления языковой личности* // В. Е. Гольдин (отв. ред.), *Жанры речи*, Колледж, Саратов 1999, <https://www.sgu.ru/struktura/philological/linghist/zhanry-rechi/materialy-vypuskov/vypusk-2> (09.09.2025).

кинокритиков и кинозрителей), а также *synopsis*. На информационном вебсайте Кинопоиска аннотация никак не называется, выступая просто как одна из рубрик в меню Обзор.

Научная рефлексия, несомненно, должна идти по пути дифференциации этих жанровых форм, тем более, что на любительских веб-сайтах, посвященных видеосервисам, и в некоторых (немногочисленных) научных работах по данной теме²⁰, предпринимаются попытки осмыслить все многообразие этих текстовых образований в категориях жанров, уже существующих в области маркетинга, киноиндустрии, сценарного мастерства и книгоиздательства. К этим жанрам относятся логлайн, синопсис, теглайн и блерб.

2.1. ЛОГЛАЙН

В словарях английского языка регистрируется несколько значений слова *logline*, одно из которых относится к анализируемому жанру:

a one to two sentence synopsis of a program, script, screenplay, or book, often used to sell the work to a producer or publisher²¹ [краткий (одно-два предложения) пересказ программы, сценария, киноповести или книги, который часто используется для «продажи» произведения продюсеру или издателю].

Таким образом, изначально логлайн — это краткое изложение сути сценария фильма объемом в одно-два предложения (25–30 слов), созданное его автором, цель которого — привлечь интерес продюсеров, режиссеров и других представителей индустрии к проекту, и именно в этом значении англицизм за-

²⁰ А.Д. Назарова, *Прагматические и структурно-семантические особенности аннотации типа «blurb»*, «Современные научные исследования и инновации» 2017, № 2, <https://web.snauka.ru/issues/2017/02/78640> (10.09.2025); Е.В. Темнова, *Рекап фильма как новый вид медиадискурса*, «Вестник Московского лингвистического государственного университета. Гуманитарные науки» 2024, вып. 9 (890), с. 80–88; А.Н. Чударь, *Теглайн как речевой жанр* // П.И. Навойчык (адк. рэд.), *Мова і літаратура ў XXI стагоддзі. Матэрыялы IV Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі маладых вучоных, Мінск, 17 сакавіка 2017 г.*, Беларускае дзяржаўнае ўніверсітэт, Мінск 2017, с. 204–210.

²¹ Интернет-словарь Dictionary.com, <https://www.dictionary.com/browse/logline> (15.12.2025).

крепился в русском и польском языках. В учебной литературе в помощь начинающим сценаристам подчеркивается важность логлайна для будущего сценария, в ней также можно найти подробные требования к хорошему логлайну и инструкции по его созданию²². Основными структурными компонентами логлайна считаются: герой, провоцирующий инцидент, цель героя, центральный конфликт. При этом построенный по данной схеме логлайн должен лишь намекать на возможное развитие событий, заставляя читателя догадываться и предвкушать. Такой намек называется крючком²³.

Вот как описывает логлайн киношкола Снегири, организующая курсы для сценаристов, режиссеров и фильммейкеров:

Логлайн — это не краткое описание проекта для сайта Кинопоиск, написанное, чтобы заинтересовать зрителей

Логлайн — это четкая сформулированная идея фильма или сериала, которая содержит в себе все ключевые составляющие будущего сценария

Логлайн создается не для зрителей, а для редакторов и продюсеров, прочитавших тысячи идей

И если логлайн не впечатлит профессионала, высока вероятность, что до файла с заявкой или синопсисом могут и не дойти²⁴.

Как видно, логлайн в этом значении противопоставляется «краткому описанию проекта для сайта Кинопоиск» по критериям профессиональный (логлайн) — любительское (описание), серьезный и значимый (логлайн) — несерьезное и малозначимое (описание), для редакторов и продюсеров (логлайн) — для зрителей (описание).

Тем не менее, несмотря на такое категоричное разграничение обоих явлений, и в русском, и в польском языке словом логлайн все чаще называют любое описание фильма, построенное по вышеуказанной схеме, не обязательно созданное автором сценария в целях привлечения продюсеров. Это не в последнюю очередь связано с потенциалом данного жанрового образования служить текстом «многократного воспроизведения», в том числе и в новых дискурсивных пространствах. Этот потенциал,

²² С. Филд, *Киносценарий: основы написания*, пер. Е. Кручиной, А. Кононова, Мастер сцены, Москва 2016; Б. Снайдер, *Спасите котика! И другие секреты сценарного мастерства*, пер. Ю. Константиновой, Манн, Иванов и Фербер, Москва 2014.

²³ Б. Снайдер, *Спасите котика!...*, с. 28.

²⁴ Почему тема логлайнов и сценарных заявок так важна для каждого автора? <https://snegiri-studio.ru/extra-intensive-logline-synopsis> (15.12.2025).

в свою очередь, обеспечивается, по всей видимости, меньшей значимостью прагматического аспекта данного жанра (коммуникативная ситуация и ее составляющие — адресант и адресат) по сравнению со значимостью структурного, познавательного и стилистического аспектов. Ниже приводятся контексты, в которых можно заметить перепрофилирование жанра — обогащение некоторых из жанрообразующих составляющих дополнительными элементами (адресант — не только автор сценария, а вообще «создатели фильма», «член продюсерской компании», «сторонний человек», адресат — не только продюсер, но и «зрители» и «фестивальные отборщики»):

Логлайн — краткая аннотация к фильму, передающая суть истории, ее основную драматическую коллизию. Основная идея, уместенная в одно-два предложения (как правило, около 25 слов). Это то послание, которое создатели фильма стремятся донести до зрителя, и то, с чего фестивальные отборщики начинают знакомство со сценарием либо с готовой картиной. И, одновременно, это ответ на избитый вопрос: «Про что кино?»²⁵

Если вас интересуют примеры логлайнов, самое простое — краткие описания фильмов на кинопоиске. По сути, это и есть логлайн. Неоднократно наблюдаю, что логлайны из питчинговых презентаций отправляются напрямую туда без каких-либо изменений.

Если вас интересует, кто и как их пишет, то это может быть как сам сценарист, так и любой другой знающий человек из продюсерской компании. Иногда сторонний человек, прочитав сценарий, может куда более емко и ярко, «коммерчески» изложить идею фильма²⁶.

Logline to jedno, maksymalnie dwa zdania (najczęściej do 20–30 słów), będące pigułką zamysłu całego przedsięwzięcia. Jest to sentencja, po przeczytaniu której producent czasami już niemal decyduje się na zakup scenariusza, a widz ciekaw jest szczegółów²⁷ [Логлайн — это одно, максимум два предложения (обычно 20–30 слов), передающие замысел всего проекта. Это формула, после прочтения которой продюсер порой почти готов купить сценарий, а зрителю хочется узнать подробности].

А в контекстах, приведенных ниже, можно наблюдать полное исключение из дефиниции прагматического аспекта, — логлайн

²⁵ Р. Шайхутдинов, *Логлайн и синопсис*, <https://research-style.ru/journal/loglajn-i-sinopsis.html> (15.12.2025).

²⁶ *Где найти к сценариям логлайны?* https://yandex.ru/q/question/kakoi_vash_liubimyi_portal_gde_vy_berete_ae40ad15/ (15.12.2025).

²⁷ *Logline, czyli najważniejsze zdanie filmu*, <https://bahamafilms.pl/article/logline-czyli-najwazniejsze-zdanie-filmu/> (15.12.2025).

окончательно оформляется как жанр с доминирующим структурным и стилистическим аспектами, ср.:

Czego wybór filmu na Netflixie uczy nas o marketingu?

[...]

4. Punkt czwarty — oglądasz filmy, które mają ciekawy logline

Czym jest logline? To te 2–3 zdania opisu fabuły. Jeśli będą nudne...

«Ania budzi się o 7:00 rano i idzie do pracy. W drodze spotyka koleżankę, która też idzie do pracy» — zachęca? No nie.

A ten sam zabieg wykorzystuje wiele biznesów w opisie swojej działalności.

«Jesteśmy rzetelnym zespołem specjalistów, świadczącym usługi na najwyższym poziomie» — to nie mówi nic. Na czyjej stronie znalazłem ten tekst? Na stronie... agencji marketingowej²⁸.

[Как Netflix учит нас маркетингу

[...]

4. Пункт четвертый — вы смотрите фильмы с интересным логлайном.

Что такое логлайн? Это 2–3 предложения, передающие суть сюжета. Если они скучные...

«Аня просыпается в 7:00 и идет на работу. По дороге встречает подругу, которая тоже идет на работу» — интригует? Ну нет.

И ровно тот же прием многие бизнесы используют в описании своей деятельности. «Мы — надежная команда специалистов, оказывающих услуги на высшем уровне» — это ни о чем. На каком сайте я нашел этот текст? На сайте... маркетингового агентства]

Логлайн (logline) — это краткое описание сюжета фильма, телесериала, книги или игры, обычно состоящее из одного или двух предложений, которое выделяет основную концепцию и захватывает внимание аудитории²⁹.

Классические логлайны [(25–30 слов) в основном представлены на платформе Netflix (см. примеры (1) и (2) выше)], а также в российском онлайн-кинотеатре Иви. Окко и Кинопоиск предпочитают сокращенные логлайны, состоящие из одного предложения, ср.:

Иви

(7) Советская школьница Лена хочет стать писательницей, сочиняя яркие истории. В них находят отражение реальные события, личные переживания, отношения с любимой мамой и просто мечты. (*Про мою маму и про меня*)

²⁸ W. Bizub, *Czego uczy o marketingu Netflix?* <https://wojciechbizub.pl/blog/netflix-a-marketing/> (15.12.2025).

²⁹ Интернет-словарь Sinonim.org, <https://sinonim.org/t/%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD> (15.12.2025).

ДИСКУРС СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ...

(8) Пожарный Олег узнает, что у него есть сын от бывшей девушки, уехавшей в Финляндию. Когда финские власти отдают мальчика в приемную семью, Олег идет на огромный риск, чтобы вернуть ребенка домой. (*Один шанс на троих*)

Окко

(9) Три друга с суперспособностями противостоят могущественному противнику. (*Гитнозис*)

(10) Сотрудники тюрьмы начинают торговать смертной казнью. (*Аутсорс*)

2.2. СИНОПСИС

Похожую динамику мы можем наблюдать и в случае жанра синопсиса. Синопсис как часть сценария — это краткое изложение сюжета фильма (от нескольких абзацев до нескольких страниц), созданное с целью заинтересовать продюсера или киностудию, ср.:

Synonimem streszczenia filmu bywa najczęściej termin «synopsis». Uwaga: synopsis nie jest ani eksplikacją reżyserską, ani treatmentem. Sporządza się ją z myślą o złożeniu oferty producentowi lub wytwórni. Na podstawie lektury synopsis wyraża ono swoje wstępne zainteresowanie przedłożonym projektem³⁰ [Синонимом краткого изложения фильма чаще всего выступает термин синопсис. Важно то, что синопсис — это не режиссерское видение и не тритмент. Его составляют с прицелом на подачу предложения продюсеру или киностудии. По результатам чтения синопсиса продюсер выражает свой предварительный интерес к представленному проекту].

Но при этом синопсис, как и логлайн, как жанр «многократного воспроизведения» с ослабленным прагматическим аспектом, изначально имеет потенциал выхода из своего жизненного контекста, ср.:

W swej schematycznej i rutynowej postaci sprowadza się do prezentacji fabuły danej opowieści. Bywa jednak, że chodzi w nim o coś więcej niż tylko o sam zapis rozwoju struktury fabularnej. Wówczas staje się ubraną w atrakcyjną formę słowną ofertą, w zależności od sytuacji skierowaną do: producenta, wytwórni, dystrybutora i pod adresem potencjalnej widowni [...] [...]. Rzecz by można, iż stanowi wizytówkę filmu, a jego rola polega na reprezentowaniu go «na zewnątrz» przy najróżniejszych okazjach³¹ [В своей схематичной, рутинной форме синопсис сводится

³⁰ M. Hendrykowski, *Scenariusz filmowy i jego odmiany*, «Images» 2012, т. XI, № 20, с. 146.

³¹ Там же.

к изложению сюжета данной истории. Однако нередко он предполагает не только фиксацию развития фабульной структуры. В таком случае синопсис становится оформленным в привлекательную словесную форму предложением, адресованным — в зависимости от ситуации — продюсеру, киностудии, дистрибьютору либо потенциальной аудитории [...]. Можно сказать, что это визитная карточка фильма, а его задача — представлять картину «внешнему миру» в самых разных ситуациях].

В достриминговую эпоху именно синопсис был наиболее востребованным жанром, рекомендуящим фильм широкой аудитории — на кинофлаерах, обложках видеокассет и дисков DVD. Теперь же синопсис проигрывает с логлайном: во-первых, на некоторых платформах он вообще не используется, а во-вторых, там, где используется, он всегда «спрятан» глубже — во внутренних слоях гипертекста [см. примеры (3b), (4b), (4c) выше]. Такая тенденция вполне понятна: согласно исследованиям Netflix, среднестатистический зритель тратит на выбор фильма 1,8 секунды, поэтому описание кинопродукта не может быть слишком длинным³². Требованиям быстрого выбора удовлетворяет именно логлайн, а синопсис превращается в жанр для «продвинутых» (любопытных) пользователей.

2.3. ТЕГЛАЙН

Интересующее нас значение термина *теглайн*, заимствованного из английского языка, в словарях английского языка звучит следующим образом:

a phrase or catchword that becomes identified or associated with a person, group, product, etc., through repetition
[фраза или слоган, который благодаря повторению становится узнаваемым и ассоциируется с человеком, группой, продуктом и т.п.]³³.

В этом «маркетинговом» значении слово проникло в польский и русский языки, но при этом, по всей видимости, проигрывает с распространенным в обоих языках выражением *рекламный*

³² A. Chandrashekar, F. Amat, J. Basilico, T. Jebara, *Artwork Personalization at Netflix*, Netflix Tech Blog 2017, <https://netflixtechblog.com/artwork-personalization-c589fo74ad76> (15.12.2025).

³³ Интернет-словарь Dictionary.com, <https://www.dictionary.com/browse/tag%20line> (15.12.2025).

слоган, хотя в литературе предпринимаются попытки разграничить их значения³⁴. В киномаркетинге термин часто используется с уточняющим определением — англ. *movie tagline*, рус. *кинематографический теглайн*, пол. *tagline filmowy*, кроме того — рус. *прокатный девиз фильма*, *слоган кинофильма* и пол. *slogan promocyjny filmu/ slogan filmowy*.

В своей канонической версии кинематографический теглайн — это один из самых важных элементов кампании по продвижению фильма. Теглайны пишутся специалистами по маркетингу и рекламе, а иногда и самим сценаристом или продюсером в целях привлечения внимания широкой аудитории и стимулирования продажи фильма. По отношению к кинофильму теглайн выступает в значении «краткая и емкая фраза, которая передает идею, заложенную в фильме его создателями, и тем самым формирует у зрителей представление о содержании кинофильма и ожидания от него»³⁵. В дополнение данного определения следует отметить, что теглайн передает идею фильма не прямо, а иносказательно, — оставаясь «сюжетным» жанром, он скорее намекает, на то, что может ожидать зрителя, создавая атмосферу, возбуждая интерес и интригуя. Так же, как и название, удачный теглайн — залог успеха кинокартины в прокате, ср.

Удачный ПД [прокатный девиз — Т. К.] часто превращается в независимое рекламное сообщение и начинает жить самостоятельной жизнью. Такой ПД может стать цитатой, войти в повседневную речь, стать мемом и при этом сохранить связь с объектом рекламы. Такой ПД представляет собой настоящую маркетинговую ценность³⁶.

Среди критериев успешности теглайна как речевого жанра авторы называют: 1) использование коротких фраз, которые усиливают сюжет, тональность, тему или привлекательность фильма, 2) соответствие жанру, 3) использование описательных слов,

³⁴ См. В. Lisowska, М. Kucharska, *Tagline — dzwignia reklamy. Przykłady zastosowania go na stronach internetowych wybranych firm*, «Eruditio et Ars» 2024, 9 (2), с. 133–146, <https://open.icm.edu.pl/handle/123456789/25747> (09.09.2025); Д. М. Маркарян, *К вопросу о разнице слогана и теглайнов в медиа дискурсе (на материале корейской рекламы)*, «Тенденции развития науки и образования» 2023, с.153–156.

³⁵ А. Н. Чударь, *Теглайн как речевой жанр...*, с. 204.

³⁶ А. А. Червяков, *Прокатный девиз кинофильма как прагмаязыковое явление*, «Вестник Вятского государственного университета» 2017, № 4, с. 51.

ориентированных на действия или передающих эмоции³⁷. Ниже приводятся примеры удачных теглайнов известных кинокартин:

Эффект бабочки — Change one thing, Change everything/ Изменишь одно, изменится все.

Шестое чувство — Not every gift is a blessing/ Иногда дар — это проклятие.

Голодные игры — The World Will Be Watching/ Весь мир смотрит.

Крепкий орешек — 40 Storeys High — with Suspense, Excitement and Adventure on every level! /40 этажей — неизвестности, страха и приключений.

По ряду структурных, функциональных и прагматических характеристик именно к теглайнам следует отнести первую часть описаний, предлагаемых кинотеатрами Старт и Кинопоиск:

Старт

(11) **Эта земля не продается!** Дед Захар идет против чиновников, застройщиков и здравого смысла, чтобы сохранить родовое гнездо. (*Против всех*)

(12) **Сохранить семью, когда разрушается страна.** Криминальная сага на сломе эпох. (*Дети перемен*)

(13) **Ни грамма фальши.** Талантливый скрипач втянут в опасную игру. Драйвовый сериал с Рузилем Миникаевым. (*Смычок*)

Кинопоиск

(14) **Пацанские разборки, первая любовь и футбол.** Молодежный сериал, который уже стал классикой. (*Трудные подростки*)

(15) **Всепоглощающая страсть заставляет идти по головам.** Эротический триллер с Петром Федоровым и Паулиной Андреевой. (*Саранча*)

(16) **Они мечтали сорвать куш, но получили кучу проблем.** Криминальная комедия со звездами «Фишера» и «ЮЗЗЗа». (*Одиннадцать молчаливых мужчин*)

Так же, как логлайн и синопсис, теглайн переключивает в дискурсивное пространство онлайн-кинотеатров благодаря ослабленному прагматическому аспекту. При этом меняется лишь его позиция в иерархии рассматриваемых жанров: из центрального жанра, из «первой языковой конструкции, связанной с кинофильмом, с которой сталкивается потенциальный зритель»³⁸, он пре-

³⁷ R. G. Barnwell, *Film Marketing: The Ultimate Guide to the Branding, Marketing and Promotion of Independent Films & Filmmakers*, Routledge, New York 2018, с. 31–48.

³⁸ А. А. Червяков, *Прокатный девиз кинофильма...*, с. 50.

вращается в жанр необязательный, факультативный, — теглайны не получили широкого распространения на стриминговых платформах. За исключением Старта и Кинопоиска, видеосервисы не используют теглайнов, предпочитая классические варианты описания, основанные на сюжете, — то есть логлайны и синопсисы.

2.4. БЛЕРБ

Англ. *blurb* — это то, что в русском языке известно под названием *издательская аннотация*, а в польском — *nota wydawnicza/wydawcy, nota edytorska, nota redakcyjna*. Как пишет польская исследовательница паратекстов Ивона Леве,

nota powstaje w opracowaniu edytorsko-wydawniczym utworu, który przyjmuje postać książki i przeznaczony jest do sprzedaży. Nazwa gatunku sugeruje, kto notę sporządza (aspekt nadawczy). Wydawca jest w relacji nadawczo-odbiorczej dzieła tzw. osobą trzecią, jednakże w momencie oddania utworu przez autora w ręce adytora i/lub wydawcy staje się on dysponentem tekstu i może mieć wpływ na kształt jego paratekstu. W obiegu księgarskim często dzięki zabiegom wydawcy dzieło dociera realnie do rąk projektowanego przez autora i wydawcę odbiorcy, czyniąc wpięraw z niego nabywcę³⁹ [издательская аннотация создается на этапе редакционно-издательской подготовки произведения, которое выходит в виде книги и предназначено для продажи. Сам термин указывает на того, кто эту ноту составляет (аспект адресанта). Издатель, оставаясь «третьим лицом» в коммуникативной ситуации произведения, после передачи текста автором в руки редактора и/или издателя становится распорядителем текста и может влиять на формирование его паратекста. В книжном обороте именно благодаря усилиям издателя произведение зачастую реально попадает к адресату, задуманному автором и издателем, предварительно превращая его в покупателя].

Основными структурными элементами жанра являются презентация книги — в виде пересказа, а также позитивная оценка. К дополнительным элементам, расширяющим жанровый образец, автор относит автопрезентацию автора, автопрезентацию издателя, мнение третьих лиц, сведения об авторе и проч.⁴⁰ По мнению некоторых авторов, сложно выделить единую структуру блерба по причине сильного варьирования объема и содержания, и даже такой обязательный элемент блерба, как пересказ сюжета, вполне может отсутствовать, ср.:

³⁹ I. Loewe, *Gatunki paratekstowe...*, с. 88.

⁴⁰ Там же, с. 93–105.

Blurb-аннотации обладают достаточно свободным содержанием, направленным на успешную продажу издания. Они могут состоять из выдержек из самого рекламируемого произведения или из слов его автора, фактов из биографии автора, сведений о сюжете, цитирования издателя произведения, его рецензентов или даже фанатов автора⁴¹.

Сформировавшись как позитивный отзыв на книгу, блерб превращается в позитивный отзыв на любой подлежащий продаже продукт, конкретизируясь в случае киноиндустрии в *movie blurb*. Как следует из проанализированного материала, кинематографический блерб, используемый на стриминговых платформах, осознается авторами как нечто отдельное от логлайна (за исключением случаев, о которых речь пойдет ниже). Эти два жанровых образования разграничиваются по виду референта: сюжета в случае логлайна и самого фильма как явления в случае блерба. К наиболее часто используемым структурным элементам блерба относятся: жанровая характеристика фильма, часто сопровождаемая оценочным прилагательным (*смелая драма об отношениях, трогательная мелодрама, соблазнительная комедия, напряженный психологический детектив, стильный анимационный экшен* и др.), указание на выступивших в главных ролях актеров, упоминание режиссера и его предыдущих хитовых кинокартин, указание на известную литературную основу фильма, а также — мнение авторитетного лица. На российских видеосервисах блерб чаще всего выступает в качестве дополнения к логлайну и/или теглайну, ср.:

Окко

(17) Три друга с суперспособностями противостоят могущественному противнику. [логлайн] Детективный триллер от создателей «Волшебного участка» [блерб] (*Гипнозис*)

Кинопоиск

(18) Наемники отправляются в зону конфликта на поиски сослуживцев. [логлайн] Драйвовый экшен по мотивам онлайн-шутера [блерб] (*Побег из Таркова. Рейд*)

Старт

(19) Любовь, которую стоило ждать. [теглайн] Трогательная мелодрама

⁴¹ А.Д. Назарова, *Прагматические и структурно-семантические особенности...*

ДИСКУРС СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ...

с Юлией Пересильд и Владимиром Вдовиченковым. Фильм-призер ММКФ [блерб] (*Мужу привет*)

(20) Ни грамма фальши. [теглайн] Талантливый скрипач втянут в опасную игру. [логлайн] Драйвовый сериал с Рузием Минекаевым [блерб] (*Смычок*)

На платформе Netflix блерб может выступать в качестве главного описания — вместо теглайна [см. примеры (5) и (6)].

Иногда логлайн и блерб объединяются в одно целое (предложение) — гибридизируются, что не мешает идентифицировать их как элементы с разной референцией, ср.:

Старт

(21) Оксана Акиншина, Филипп Янковский и Маруся Фомина в драме [блерб] об изнанке суррогатного материнства [логлайн]. (*Контейнер*)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стриминговые платформы активно используют киноаннотации в продвижении своего контента. По ряду критериев — структурному, познавательному, стилистическому — жанр разбивается на несколько жанровых разновидностей, осознаваемых разработчиками и пользователями как отдельные текстовые единицы, которые можно размещать на разных уровнях гипертекста, по-разному объединять в более объемные жанровые коллекции и т.д. Эта «отдельность» потребовала наименований и обеспечила узнаваемость этих жанровых единиц в уже существующих жанрах из области кинодраматургии, маркетинга и издательского дела.

Переход в новое дискурсивное пространство (пространство онлайн-кинотеатров) обеспечивается тем, что у всех этих жанровых образований ослаблен прагматический аспект, — он не настолько важен для жанрового образца, поэтому эти жанры могут легко менять свой жизненный контекст, приспосабливаясь к новым коммуникативным ситуациям с новыми адресантом и адресатом. Такой переход сопровождается обычно в сознании носителей языка генерализацией жанровой дефиниции и удалением из нее компонентов, связанных с прагматическим аспектом жанра. Изменение дискурсивного пространства по-

разному влияет на эти текстовые единицы: оставаясь структурно и стилистически узнаваемыми, они теряют ту эксклюзивность и значимость, которая была заложена в каноническом образце (теглайн, логлайн), меняют место в иерархии жанровой коллекции (синопсис, теглайн), обретают структурную определенность (блерб).

REFERENCES

- Barnwell, Robert G. *Guerilla Film Marketing: The Ultimate Guide to the Branding, Marketing and Promotion of Independent Films & Filmmakers*. New York: Routledge, 2018.
- Burroughs, Benjamin E. *Streaming media: audience and industry shifts in a networked society*. University of Iowa, 2015.
- Castells, Manuel. *Władza komunikacji*. Transl. Jedliński, Jakub, Tomanek, Paweł. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2013.
- Chandrashekar, Ashok et al. *Artwork Personalization at Netflix*. Netflix Tech Blog, 2017, <<https://netflixtechblog.com/artwork-personalization-c589f074ad76>>.
- Hendrykowski, Marek. “Scenariusz filmowy i jego odmiany.» *Images*, 2012, vol. XI, no. 20: 133–150.
- Lisowska, Beata, Kucharska, Monika. “Tagline — dźwignia reklamy. Przykłady zastosowania go na stronach internetowych wybranych firm.» *Eruditio et Ars*, 2024, no. 9 (2): 133–146, <<https://open.icm.edu.pl/handle/123456789/25747>>.
- Loewe, Iwona. *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2007.
- Maćkiewicz, Jolanta. “Odbiorca medialny w erze Web 2.0.» *Media. Biznes. Kultura*, 2023, vol. 1 (14): 9–17.
- Skowronek, Bogusław. *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, 2013.
- Spilker, Hendrik S., Colbjørnsen, Terje. “The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept.» *Media, Culture & Society*, 2020, vol. 42 (7–8): 1210–1225.
- Sztaberek, Maciej. “Platforma strumieniowa Netflix — domena VOD czy nowa forma telewizji jakościowej? Historia i sposoby dystrybucji.» *Panoptikum*, 2018, no. 20 (27): 10–32.
- Winiarczyk, Patrycja S. “Różnice pokoleniowe w praktykach odbioru platform streamingowych.» *Mediatization Studies*, 2022, no. 6: 49–70.
- Wojtak, Maria. *Gatunki prasowe*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2004.
- Wojtak, Maria. “Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków.» *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*, 2006, vol. XV: 143–152.
- Wojtak, Maria. “O wybranych translokacjach komunikacyjnych w dyskursie religijnym.» *Stylistyka*, 2018, vol. XXVII: 47–63.
- Горина, Наталья Л. “Стриминговые видеоплатформы как феномен современных экранных искусств.» *Вестник Казанского государственного университета науки и искусств*, 2022, no. 3: 75–82.

ДИСКУРС СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ...

- Кананович, Татьяна В. “Вокруг стриминговых платформ: дискурс нового медиасообщества.» *Русский язык и русская литература в многоязычном мире*. Великотырново, 2025 (в печати).
- Маркарян, Диана М. “К вопросу о разнице слогана и теглайнов в медиа дискурсе (на материале корейской рекламы).» *Тенденции развития науки и образования*, 2023: 153–156.
- Назарова, Алина Д. “Прагматические и структурно-семантические особенности аннотации типа ‘blurb’.» *Современные научные исследования и инновации*, 2017, no. 2, <<https://web.snauka.ru/issues/2017/02/78640>>.
- Седов, Константин Ф. “О жанровой природе дискурсивного мышления языковой личности.» Гольдин, Валентин Евсеевич (ed.). *Жанры речи*. Колледж: Саратов, 1999, <<https://www.sgu.ru/struktura/philological/linghist/zhanry-rechi/materialy-vypuskov/vypusk-2>>.
- Снайдер, Блейк. *Спасите котика! И другие секреты сценарного мастерства*. Transl. Константинова, Юлия. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
- Темнова, Елена В. “Рекап фильма как новый вид медиадискурса.» *Вестник Московского лингвистического государственного университета. Гуманитарные науки*, 2024, no. 9 (890): 80–88.
- Филд, Сид. *Киносценарий: основы написания*. Transl. Кручина, Евгений, Кононова, Алексей. Москва: Мастер сцены, 2016.
- Червяков, Алексей А. “Прокатный девиз кинофильма как прагмаязыковое явление.» *Вестник Вятского государственного университета*, 2017, no. 4: 50–53.
- Чударь, Александра Н. “Теглайн как речевой жанр.» *Мова і літаратура ў XXI стагоддзі: матэрыялы IV Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі маладых вучоных, Мінск, 17 сакавіка 2017 г.* Навойчык, Петр І. (ed.). Мінск: Белорусский государственный университет, 2017: 204–210.

INTERNET SOURCES

- Bizub, Wojciech. *Czego uczy o marketingu Netflix?* <<https://wojciechbizub.pl/blog/netflix-a-marketing/>>.
- Logline, czyli najważniejsze zdanie filmu*, <<https://bahamafilms.pl/article/log-line-czyli-najwazniejsze-zdanie-filmu/>>.
- Где найти к сценариям логлайны?* <https://yandex.ru/q/question/kakoi_vash_liubimyi_portal_gde_vy_berete_ae40ad15/>.
- Интернет-словарь Dictionary.com, <<https://www.dictionary.com/browse/log-line>>.
- Интернет-словарь Sinonim.org, <<https://sinonim.org/t/%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD>>.
- Почему тема логлайнов и сценарных заявок так важна для каждого автора?* <<https://snegiri-studio.ru/extra-intensive-logline-synopsis>>.
- Сериальный словарь*, <<https://tvaddictionary.ru/>>.
- Шайхутдинов, Ринат. *Логлайн и синопсис*, <<https://research-style.ru/journal/loglajn-i-sinopsis.html>>.