

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭКСПЕРТНОГО КОРОТКОГО ВИДЕО В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ДИСКУРСЕ

Экспертное короткое вертикальное видео рассматривается с точки зрения реализации коммуникативных целей блогера. Особое внимание уделяется роли вербального и невербальных семиотических кодов. Несмотря на принадлежность к мультимодальным текстам, экспертное короткое видео обнаруживает характеристики традиционного устного объяснения, типичного для образовательного дискурса, с элементами рекламного характера.

Ключевые слова: образовательный дискурс, поликодовый текст, мультимодальный текст, интернет-дискурс, медиадискурс, социальная сеть, короткое вертикальное видео, ВК Клип, рилс, шортс.

M.A. Goncharova, Samara University

PRAGMALINGUISTIC CHARACTERISTICS OF EXPERT SHORT-FORM VIDEOS IN GERMAN-LANGUAGE EDUCATIONAL DISCOURSE

Expert short-form vertical videos are examined in terms of how they fulfill the blogger's communicative goals. Special attention is given to the role of verbal and non-verbal semiotic codes. Despite belonging to multimodal texts, expert short-form videos exhibit characteristics of traditional oral explanations typical of educational discourse, combined with elements of promotional content.

Keywords: educational discourse, polycode text, multimodal text, social network, internet discourse, media discourse, short vertical video, VK Clip, reels, shorts.

Короткие вертикальные видео – это бесконечная лента из видеороликов разнообразной тематики и ограниченной длительности (в среднем 30-60 секунд). Появившись в 2018 году в популярном видеоприложении *TikTok*, они сначала представляли собой всякого рода шутки, челленджи, танцы и лайфхаки. Формат быстро завоевал популярность как среди блогеров, так и среди подписчиков и стал развиваться на других ресурсах, где получил названия *reels*, ВК Клипы и *shorts*.

Современное информационное общество оценило возможность получать информацию за короткое время, а также удобный вертикальный формат и наличие субтитров. С другой стороны, платформы предлагают удобные инструменты для съемки коротких видео, а удачные видеоролики могут попасть в рекомендации и позволяют получить новых подписчиков. Благодаря этим факторам формат короткого вертикального видео вышел за пределы развлекательного контента и стал проникать в другие виды дискурса, в том числе в образовательный дискурс. Одним из видов такого формата в блогах по изучению немецкого языка являются экспертные короткие видеоролики.

Информация в коротких вертикальных видео закодирована с помощью вербальных и невербальных семиотических кодов, а передается она по визуальному и аудиальному каналам. Тексты такого рода называют поликодовыми [1], креолизованными [2] или мультимодальными (полимодальными) [3]. По мнению исследователя О.К. Ирисхановой, термин «мультимодальность» чаще применяется по отношению к устной речи (речь, жесты, просодия), а «поликодовость» – по отношению к письменному тексту (текст и изображение) [4].

Принято считать, что поликодовые / мультимодальные тексты весьма эффективны в силу комплексного воздействия на разные органы чувств реципиентов. Логично предположить, что для достижения максимального эффекта нужно активно использовать в видеороликах большое количество семиотических кодов и задействовать оба канала передачи информации. Однако наш анализ экспертных коротких видео по изучению немецкого языка позволил обнаружить противоположную тенденцию – блогеры практически не используют преимущества мультимодальных текстов.

Типичное экспертное короткое вертикальное видео представляет собой короткий монолог блогера на определенную тему. В зависимости от содержания мы предлагаем выделять среди экспертных видео по изучению немецкого языка лайфхаки методического характера, экспертные видео страноведческого характера и экспертные видео языкового характера [5, с. 216].

Во всех трех случаях мы видим на экране блогера, снятого крупным планом, как правило, на светлом фоне; иногда он сопровождает свое объяснение фиксированием сказанного на доске. Мимика и жесты в большинстве случаев нейтральные, интонация естественная, темп быстрый. В видеороликах страноведческого характера возможны кадры с демонстрацией соответствующего культурного феномена. Таким образом, информация передается, главным образом, с помощью вербального кода по аудиальному каналу (в случае, если реципиент предпочитает читать субтитры, то по визуальному каналу).

Что касается языкового оформления экспертного короткого видео, то оно тоже не отличается особым разнообразием. Типичный монолог блогера имеет трехчастную структуру. Первая часть – обычно вопрос или риторический вопрос, призванный привлечь внимание потенциального реципиента, установить с ним контакт и обозначить тему видеоролика. В функции такого вопроса часто используются клише (особенно в видеороликах страноведческого характера, где блогеры сообщают какие-то новые интересные факты):

A вы знали, что ...? Wusstet ihr, dass ...? Wusstest du, dass ...?

Для установления контакта с аудиторией и создания неформальной атмосферы обычно прибегают к обращению на «ты» (*du / ihr*) и часто используют разговорные выражения:

В чем фишка пассива? Ich wette, du wusstest nicht,

Следует отметить, что это обычный прием в таких текстах, поэтому высказывания воспринимаются как умеренно экспрессивные. В средней части кратко и обычно в нейтральном стиле излагается информация по теме видео. Видеоролик обычно завершается с помощью клише:

Понравилось видео? Поставь лайк и подпишись! Willst du mehr über ... lernen? Schreib ... in die Kommentare und ich schicke dir sofort den Link als Direktnachricht! Folge mir für noch mehr Videos!

Можно констатировать, что типичное экспертное короткое видео производит впечатление весьма нейтрального медиапродукта, в котором практически не используются мультимедийные средства привлечения внимания аудитории. В чем же секрет их популярности?

Мы позволим себе предположить, что та аудитория социальных сетей, которая ориентирована на получение информации (в частности, о немецком языке и культуре), в настоящее время пресытилась развлекательным контентом и рассматривает развлекательные и игровые элементы визуализации как характеристику «несерьезного», не вызывающего доверия содержания. Блогеры, в свою очередь, активно «продвигают» этот концепт, тем более, что процесс съемки таких видеороликов максимально прост. Их отказ от использования преимуществ мультимодального текста обусловлен не отсутствием технических навыков, а осознанным выбором в пользу стратегии создания имиджа серьезного эксперта. Справедливости ради стоит отметить, что в других видах видеоконтента (например, в обучающих видео, которые длятся 8–15 минут), средства привлечения внимания и визуализации по-прежнему играют большую роль.

Список литературы:

1. Ейгер Г.В., Юхт В.Л. К построению типологии текстов // Лингвистика текста: материалы научной конференции в МГПИИЯ имени М. Тореца. М., 1974. С. 103–109.
2. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия: сб. ст. М.: Наука, 1990. С. 180–186.
3. Kress G., van Leeuwen T. Multimodal Discourse: the Modes and Media of Contemporary Communication. London: Oxford University Press, 2001. 152 p.
4. Ирисханова О.К. Полиmodalный дискурс как объект исследования // Полиmodalные измерения дискурса. М.: Издательский Дом ЯСК, 2021. С. 15–32.
5. Гончарова М.А. Классификация и прагмалингвистические характеристики жанра короткого вертикального видео в немецкоязычном образовательном дискурсе // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2025. Т. 31, № 1. С. 211–221.