

© А. В. Колмогорова, Н. В. Уканакова

УДК 811

ЖАНР КАК ТЕКСТ-ИСТОЧНИК ДЛЯ ПРОДУЦИРОВАНИЯ ВТОРИЧНЫХ ТЕКСТОВ

А. В. Колмогорова, Н. В. Уканакова (Новокузнецк, Россия)

Публикация ставит целью обоснование позиции расширения границ понятия «текст» и рассмотрения понятия «жанр» в качестве текста-источника для вторичных текстов. Исследование процессов восприятия и порождения текста оперирует понятиями текст-источник и текст-продукт. Объектом публикации становится жанр как донорская зона для продукции вторичных текстов. В качестве предмета выступают взаимосвязи и корреляции между жанром как текстом-источником и вторичными текстами в рамках современной гипермедиальной культуры. Новизна представленного исследования заключается, во-первых, в выборе материала для анализа, а во-вторых, в уточнении природы и статуса жанра, который в рамках нашей концепции рассматривается как динамическая, самодостаточная, способная к инициации текстопорождающей деятельности сущность. Материалом для анализа послужили примеры комиксов современной гипермедиальной традиции, являющиеся типичными примерами вторичных текстов (текстов-продуктов). Рассматриваются процессы жанрового синтеза, обосновывающие однородность жанровой и текстовой природы. Оценивается также роль стилистических стратегий и механизмов в процессе восприятия связного текста. Актуальность исследования обусловлена современными тенденциями стремительного развития информационных технологий, быстрым ростом объема и функций гипермедиального пространства, в котором проблема природы текста и отношений «текст-человек» звучит совершенно по-новому. Для того чтобы органично существовать в подобном пространстве, необходима разработка новых и анализ существующих стратегий восприятия и создания текста, а также увеличение семантического объема последнего понятия за счет переосмысления его границ и сущностных признаков.

Ключевые слова: восприятие текста, создание текста, стратегии текстового восприятия, гипермедиальность, вторичный текст (текст-продукт).

ВВЕДЕНИЕ

Данная публикация представляет собой поиск путей нового подхода к проблеме

текстовой перцепции и продукции. Как известно, лингвистика давно отказалась от стереотипа ограниченного взгляда на текст

Колмогорова Анастасия Владимировна – доктор филологических наук, доцент, заведующая кафедрой французского языка и методики преподавания, Кузбасская государственная педагогическая академия.

E-mail: nastiaKol@mail.ru

Уканакова Наталья Валерьевна – аспирант кафедры французского языка и методики преподавания, Кузбасская государственная педагогическая академия.

E-mail: natalia-ukanakova@yandex.ru

как на непременно написанный, напечатанный объект. Исследователи [2–3; 5] признают, что человек сегодня существует в пространстве, представляющем собой *гипермедиаальный клубок* – тесное переплетение текстов, носящих разнородный характер (как мультимедийный, так и традиционный). В данном гипермедиаальном пространстве представлено все большее, преобладающее количество **вторичных текстов**. Вслед за М. В. Вербицкой, к подобным текстам мы относим тексты, созданные на основе текстов-источников, хорошо известных реципиенту и легко им идентифицируемых. «Авторы вторичных текстов <...> сознательно воспроизводят характерные черты лингвостилистической и композиционно-образной организации другого произведения» [4]. Например, вторичными текстами являются экранизации литературных произведений, тексты жанра фанфикшен и комиксы-образцы фанарта, сиквелы (продолжения) удачных фильмов. Очевидно, что источники вторичных текстов носят неоднородный характер. Мы полагаем, что по характеру субстрата вторичные тексты можно подразделить на печатные (текст произведения), мультимедийные (фильм), идеально-стереотипные (жанр). Жанр, непременно обладая рядом жанровых канонов, является источником, из которого автор текста (продюцент) подсознательно или осознанно черпает элементы вторичного текста (сюжетные ходы, стилистику речи персонажей, даже компоненты топика текста). Этот факт приводит к мысли о возможностях дальнейшего расширения границ понятия «текст» и рассмотрения жанра в качестве текста-источника особого рода.

Таким образом, мы ставим **целью** публикации обоснование необходимости рассмотрения жанра в качестве текста-

источника для продукции вторичных текстов в рамках гипермедиаальной традиции, а также выявление характеристик жанра, обосновывающих указанную позицию. **Объектом** публикации становится жанр как донорская зона для продукции вторичных текстов. В качестве **предмета** выступают взаимосвязи и корреляции между жанром как текстом-источником и вторичными текстами в рамках современной гипермедиаальной культуры. **Новизна представленного исследования** заключается, во-первых, в выборе материала для анализа, в качестве которого выступают тексты комиксов современной гипермедиаальной традиции, как вторичные тексты, а во-вторых, в уточнении природы и статуса жанра, который в рамках нашей концепции рассматривается как динамическая, самодостаточная, способная к инициации текстопорождающей деятельности сущность. **Методами** анализа материала выступили текстологический, сравнительно-сопоставительный и целостный (лингвистический и лексико-семантический) анализ.

Актуальность исследования обусловлена современными тенденциями стремительного развития информационных технологий, быстрым ростом объема и функций гипермедиаального пространства, в котором проблема природы текста и отношений «текст-человек» звучит совершенно по-новому. Для того чтобы органично существовать в подобном пространстве, необходима разработка новых и анализ существующих стратегий восприятия и создания текста, а также увеличение семантического объема последнего понятия за счет переосмысления его границ и сущностных признаков.

ЖАНР КАК ТЕКСТ-ИСТОЧНИК ОСОБОГО РОДА

Довольно часто, изучая вторичный текст (текст-продукт) современной гипермедиаальной традиции, исследователь сталкивается с тем фактом, что насыщенность подобных текстов ссылками и связями не мешает им обладать *собственными стилистическими чертами и характеристиками*, берущими начало в их *жанровой принадлежности*. Этот факт дает эмпирическую основу для гипотезы о том, *не является ли жанр и жанровое пространство также особым родом текстом*, рецептом, по которому, смешав в нужной пропорции составляющие ингредиенты, создается оригинальный текст – часть дискурса.

Данная гипотеза напрямую связана со стилистическими стратегиями восприятия, с механизмами их функционирования, с тем, насколько они значимы для самого хода и результата процесса. Именно стилистика произведения, то есть осознанный автором и расшифрованный реципиентом выбор изобразительных средств, играет особую (до конца не изученную лингвистами), иногда *противоречивую* роль в процессе работы сознания с текстом. Таким образом, для того, чтобы выяснить, является ли жанр особого рода текстом-источником, необходимо оценить значимость роли стилистики связного текста для процесса его восприятия.

Одно из любопытных противоречий состоит в том, что, даже в случае, если собственные стилистические черты противоположны стилистике текста-источника, это не исключает их совместного существования в пространстве одного текста-продукта [8]. Подобным образом это происходит в следующем комиксе (см. рис. 1)

по мотивам заключительной части экранизации романов о Гарри Поттере.

В данном случае мы видим, что линии сюжета, действующие лица, события, топик текста сохранены, но интерпретированы в утрированно упрощенном варианте. Стилистическая окраска речи персонажей разговорная, местами совершенно не свойственная им в пространстве текста-источника. Вряд ли Гарри Поттер стал бы там «всерьез» обращаться к профессору Дамблдору «*Hi, Dumbledore!*», а почтенный профессор изъясняться выражениями *I dunno* (разговорный вариант *I don't know*), *dumb* (AM INF stupid, foolish, silly, annoying) или *chill with me* («потусуйся со мной»). Но: употребление именно такой стилистики обоснованно, оно свойственно жанру комикса, является необходимой условностью, своего рода «данью» жанру. В то же время автор вплетает в текст стилистические включения текста-источника (например, обороты «*in sacrificing yourself Voldemort is now weak*», «*for eternity*»), и комикс становится своего рода пересечением, перекрестком стилистических черт двух текст-источников. Подобный контраст воспринятых стилистических особенностей, несомненно, способствует созданию юмористического эффекта, но в первую очередь, помогает автору и читателям соотнести тексты и ярко обозначить межтекстовые связи.

Рисунок 1
Пример комикса
(http://25.media.tumblr.com/tumblr_loapohIKuH1qcg3nno1_1280.jpg)



Рисунок 2
Пример текста в жанре комикса-мема
(http://global3.memecdn.com/all-the-avengers_o_399190.webp)

ALL THE AVENGERS!!



Другой пример (рис. 2) с участием персонажей фильма «Avengers» (Мстители) представляет собой жанр комикса-мема [8].

Мем – единица передачи культурной информации, распространяемая от одного человека к другому посредством имитации, научения. Другими словами, это неизменный шаблон, из которого мы с легкостью получаем новый текст-продукт, путем подстановки в него новых речевых обстоятельств. Приведенный в качестве примера комикс создан на основе интернет-мема, носящего название «All the things!», «Если делать, то по полной!». Смысл мема – в том, что если делать что-то, то делать это на полную катушку. Основным интерес для реципиента данного комикса состоит в «узнавании», угадывании персонажей по принципу «кто есть кто». Каждый маленький мем наделен характерными чертами персонажа-супергероя (костюм цвета флага у Капитана Америки, зеленый цвет Халка), а также репликой-эксclamацией, передающей его принципы и черты поведения в контексте фильма, – «*Trick all the bad guys!*» (Перехитрить всех плохих парней!) у агента Наташи Романофф, или «*Rule all the people!*» (Править всеми людьми!) у Локи, персонажа скандинавской мифологии. Юмористический эффект создается с помощью последнего мема, представляющего Железного человека (Iron man), который излагает свой жизненный принцип как «*Eat all the shwarma!*» (Уничтожить всю шаурму!), что звучит не так глобально, как принципы прочих героев, и в то же время, передает основную характеристику супергероя – его человеческую природу и умение радоваться жизни в любых обстоятельствах. Очевидно, что данный пример комикса, наряду со *стилевыми чертами медиатекста-источника* (к их числу мы можем отнести, например, неформальный ключ речевого поведения героев, узнаваемая индивидуальность персонажей), носит и

специфические жанровые черты, присущие комиксу-мему (шаблонность образа и однородные параллельные конструкции фраз). Автор комикса-мема представляет определенный конечный результат, шаблон комикса-мема, к которому он и стремится. Из такого абстрактного представления (в числе прочих текстов-источников, – фильма, книги) он берет окончательные черты текста-продукта (стилистику, схематическое построение, тему текста, форму визуального или аудиального представления). Следовательно, представляется *возможным рассматривать жанр комикса-мема в качестве равноправного текста-источника особого рода.*

Для анализа степени вовлеченности стилистических стратегий в процессы создания и восприятия текста-продукта в рамках определенного жанра удобно рассматривать один текст-источник, представленный в различных интерпретациях. На рисунке 3 приведены примеры комиксов [9], общим текстом-источником для которых является песня канадской исполнительницы Carly Rae Jepsen «Call Me Maybe». «I've just met you, And this is crazy, But here's my number, So call me may be». (Мы только что познакомились, Наверное, это безумие, Но вот мой номер, Быть может, ты позвонишь).

Дополнительными текстами-источниками являются:

– в первом случае фильм «Назад в будущее» (Back To The Future), по сюжету которого герой отправляется в прошлое, где встречает своих будущих родителей;

– во втором случае – автопортрет Франсуа Жозефа Дюкре, французского художника 18 века.

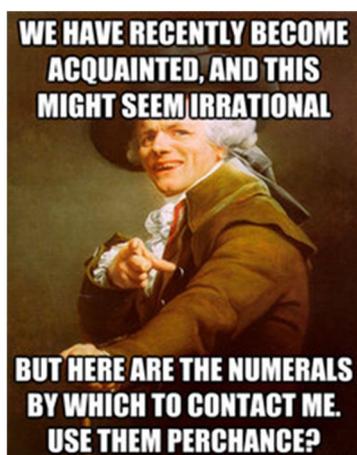
Рисунок 3.1 и 3.2

Примеры комиксов с общим текстом-источником
<http://t.qkme.me/3ptkg6.jpg>



Дюкре ломал стереотипы и каноны портретной живописи, изображая моделей в нестандартных ситуациях, с характерными выражениями лица, необычными для традиционного искусства. Необычное сочетание стиля живописи 18 века, живой мимики и жестов сделало в 21 веке данный портрет интернет-мемом, который часто сочетается с перефразированным текстом современной композиции [9], за счет чего создается иронический, комедийный эффект.

Таким образом, каждый комикс рисунка 3 представляет собой пересечение *трех* *текстов-источников*, каждый из которых выполняет определенную функцию:



1. Композиция Call Me Maybe (тело текста). Мы как реципиенты комикса узнаем ее по смысловому содержанию и схематическому построению фраз;

2. Для комикса 3.1 – фильм «Back To The Future» «Назад в будущее», для комикса 3.2 – портрет Дюкре. Интертекстуальная отсылка к фильму моментально проясняет для реципиента ситуационный контекст комикса, взаимоотношения персонажей (во время путешествия в прошлое герой встречает свою будущую маму, которая, вместо его отца, влюбляется в него самого). Что касается комикса 3.2, то портрет классической живописи оправдывает псевдолитературный стиль, в котором интерпретирован текст-источник (оригинальные слова песни). На лексическом уровне выражения *to become acquainted* (завести знакомство), *irrational* (нерационально, неразумно), *numerals* (числа), *per chance* (если представится шанс) относятся к литературному слою. На синтаксическом уровне мы наблюдаем построение фраз, характерное для литературного, возвышенного стиля. Например, употребление модальности (*it might seem irrational*, это, *возможно*, кажется неразумным), полных оборотов (*the numerals by which to contact me*, числа, *с помощью которых* можно связаться со мной).

Стоит отметить, что визуальные образы, на которые наложен текст, намеренно отличаются динамичностью. Действующие лица находятся в движении, статичность бы не сочеталась с быстрым темпом, ритмичностью песенной фразы.

3. Жанр комикса-мема (обуславливает визуальную форму подачи текста). К его стилистическим чертам можно отнести лаконичность, наложение текста на визуальный образ, недосказанность (многое

не договаривается, напротив, полагается, что реципиент текста должен догадаться самостоятельно), законченность мысли в пределах одного-двух визуальных образов.

Интерес для целевой аудитории комиксов состоит в расшифровке составляющих источников, в восприятии способа их интерпретации [7]. Современный реципиент несколько не смущен представленным стилистическим «винегретом», сочетанием несочетаемого, напротив, именно такая стилистическая игра и привлекает его к тексту, несколько не мешая и не создавая препятствий для его восприятия.

Можно с уверенностью сказать, что определенная «вырванность» из контекста основного текста-источника (*деконтекстуализация*) является одной из черт жанра веб-комикса. Отсутствие «фильмового» контекста вступает в противоречия с основным текстом-источником, подтверждает мысль о наличии дополнительных источников (в данном случае таким источником предстает жанр веб-комикса).

Комикс 4.1 [10] создан на основе:

– фильма «Вилли Вонка и шоколадная фабрика» (Willy Wonka And The Chocolate Factory) 1971 года, который является экранизацией произведения Роальда Даля. Визуальный образ Вилли Вонки, владельца шоколадной фабрики, представленный в фильме, довольно часто используется в качестве шаблона для веб-комиксов, и носит название «*Condescending Wonka*» (Снисходительный Вонка). Образ отражает основные черты персонажа (эксцентричность, ироничность, юмор, непосредственность, легкая высокомерность), которые транслируются в пространство вторичного текста-комикса;

– жанра веб-комикса, который транслирует в текст-продукт такие черты, как наличие деконтекстуализированного, несоответствующего теме фильма высказывания, а также использование стилистики разговорной речи на лексическом и лексико-грамматическом уровнях – сокращенная форма *wasn't looking, the best hacker ever* (лучший хакер всех времен).

Рисунки 4.1, 4.2

Примеры деконтекстуализированных комиксов
(<http://t.qkme.me/35gskp.jpg>;
<http://t.qkme.me/DY.jpg>)



Комикс 4.2 [10] создан на основе:

– фильма «Начало» (Inception) 2010 года. В комикс перенесены визуальные образы персонажей, ситуационный контекст (разговор в баре).



– жанра веб-комикса. Из его основных черт комиксом-продуктом аффилированы деконтекстуализированное высказывание (So I'm looking for this Asian guy. Вот, ищу я этого азиатского парня), лексическое и лексико-грамматическое построение фраз, характерное для разговорного общения (*guy*, сокращенная форма *I'm looking for*, определяющее местоимение *this Asian guy*, употребляемое подобным образом в разговорной речи в ситуации рассказа истории), визуальная форма представления реплик (заглавными буквами), невербализованный финальный образ, когда герой «изображает» «того парня-азиата» с помощью мимики. Именно тот факт, что подобного намерения у героя Ди Каприо в контексте фильма явно не присутствовало, является ключевым для основной цели комикса – осуществления стилистического приема иронии (возникает контраст видимого и скрытого смысла высказывания, создающий эффект насмешки).

ПРОЦЕССЫ ЖАНРОВОГО СКРЕЩИВАНИЯ

Вывод о правомерности рассмотрения жанра в качестве особого рода текста-источника во многом связан с тем, что на сегодняшний день явление авторства не является феноменом, оно практически полностью потеряло уникальность, единичность, а с развитием сетевых технологий становится массовым. Кроме того, такой подход позволяет подробнее заняться вопросом *пропозиционных и продукционных стратегий* восприятия и создания текста.

Косвенным доказательством правомерности подобного подхода может служить тот факт, что жанры, подобно текстам, легко взаимодействуют друг с

другом, заимствуя составляющие элементы, и перерабатывая их (в результате возникают новые жанры). Например, жанр журналистского расследования, возникший относительно недавно, включает в себя *элементы жанра интервью*, но в то же время обладает такими обязательными чертами *публицистической статьи*, как сильная аргументация, приведение доказательств, выводы.

В последнее время процесс жанрового скрещивания и переплетения становится еще более всеобъемлющим. Под его воздействием оказывается даже такая традиционная текстовая форма, как поэзия, где строгость требований жанра играет особую роль. Мы наблюдаем появление абсолютно новых, экспериментальных жанров поэзии, в числе которых можно назвать листовертни Дмитрия Авалиани [1]. Это новый тип визуальной поэзии, в котором в одном визуальном объекте прочитывается разный текст. Для смены угла зрения лист с объектом переворачивается на 180 градусов. Название «листовертень» можно интерпретировать как визуальный палиндром. Данный жанр является наглядной иллюстрацией-соединением целых жанровых групп (визуального и вербализованного текстов). Еще более синтетическим жанром являются листовертни-коллажи, в которых словесный и визуальный образ неразделимы.

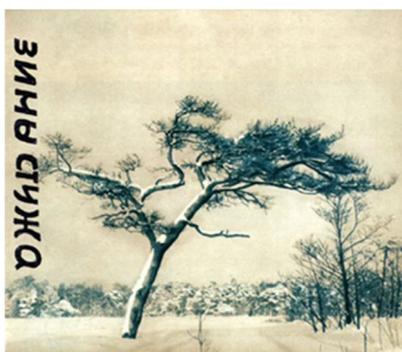
Даже поверхностный анализ образцов листовертней показывает, что текстовое пространство подобного синтетического жанра – *сплав* канонов и заимствований других жанров:

– визуальный образ чаще всего соответствует жанровым требованиям фоторепортажа, цветовая гамма ограничена, монохромна;

– вербальный образ близок к жанровым требованиям японской поэзии – простота, емкость, малое текстовое пространство, ограниченные средства передачи смыслов, («дзен-буддийская эстетика недосказанности»), богатый ассоциативный ряд, метафоричность, заставляющие читателя участвовать в процессе создания текста, отсутствие знаков препинания, рифмы.

Рисунок 5.1, 5.2

Коллажи "Зимы стужа - ожидание", "Инвалид - свидетель" (<http://www.vavilon.ru/texts/avaliiani/sf05.jpg>; <http://www.vavilon.ru/texts/avaliiani/sf18.jpg>)



Подобный жанровый сплав в результате обладает *собственными выразительными средствами* (что является в достаточной степени доказательством его самостоятельности). Новый прием (игра знаками-символами) основан на сумме уже известных приемов. С его помощью передается магическая, ритуальная для народных культур действенность переворачивания: «В приметах и обрядах опрокидывание предмета, чтение “наоборот”, обратный счет – код общения с потусторонним миром, ключ к инобытию, в котором проявляется сущность явлений. У Авалиани Гамлет предстает Йориком, Гулливер лилипутом, неразрывные пары образуют Моцарт и Сальери, Авель и Каин, друг и враг. Часто разными прочтениями



одного и того же слова при его переворачивании организованы рифмованные, ритмизованные, метафорические тексты со своим сюжетом, драматургией, публицистикой, лирикой» [3]. На наш взгляд, это тесно связано также с представлениями о магической сущности отражения, с тем, что зеркала с древности во всех культурах являлись мистическим предметом, в котором можно увидеть истинную сущность вещей, а также входом в параллельный мир, в иное, волшебное измерение. Достаточно вспомнить обычай гадания с зеркалами, примету о том, что нельзя смотреться в разбитое зеркало, или волшебное Зазеркалье Льюиса Кэрролла. В народных поверьях во всем мире зеркала используются для усиления действия талисманов (фигурки или символы, привлекающие богатство, любовь, удачу размещаются перед зеркалом, при этом удваиваясь и улучшая благосостояние владельца). Во втором приведенном примере листовертней автор демонстрирует две сущности одного явления («инвалид – свидетель»), предоставляя человеку, воспринимающему текст, право решать, которая из этих сторон истинная. С помощью магии перевертывания читатель легко осознает суть жизненной ситуации (наблюдение со стороны) человека с ограниченными возможностями. Впечатление усиливается визуальным рядом текста. Помимо этого, автор ставит читателя в

ситуацию выбора, задавая вопрос: какую сторону явления предпочитает он видеть? Очевидно, что *подобный синтетический жанр (рожденный в переплетении других жанров) обладает собственными уникальными изобразительными средствами и приемами.*

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Приведенный анализ комиксов позволяет нам сделать два основных вывода:

1. Стилистика самого текста и стилистические стратегии восприятия играют *важную, особую, но не всегда решающую* роль в процессе восприятия. Для полноценного восприятия современного гипермедиального текста реципиент должен в достаточной мере осознавать межтекстовые связи. Смешанная стилистика разнородных текстов-источников никак не препятствует такому полноценному восприятию текста, а напротив, является основным объектом

восприятия, элементом, притягивающим внимание аудитории.

2. Горизонт понятия «текст» может быть существенно расширен за счет *включения в него такого абстрактного понятия, как «жанр».* Подобная позиция вполне приемлема по следующим причинам:

– текст-продукт (например, комикс о Гарри Поттере) *носит в составе специфические жанровые черты, не свойственные* тексту-источнику (произведениям Дж. Роулинг, или их экранизациям). Следовательно, существует еще и другой текст-источник (не материализованный в виде формате обыкновенного текста – жанр комикса);

– подобно текстам, жанрам *свойственны процессы скрещивания и переплетения,* основанные на межжанровых ссылках и связях, в результате которых *образуются совершенно новые, синтетические жанры.*

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Авалиани Д.** Листовертни. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.vavilon.ru/texts/avaliani-11.html> (дата обращения 25.02.2013).
2. **Бабенко Л. Г., Казарин Ю. В.** Лингвистический анализ художественного текста. – М.: Флинта; Наука, 2005. – 496 с.
3. **Бахтин М. М.** Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. – [Электронный ресурс]. – URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/bahtin_problema/ (дата обращения: 17.06.2012).
4. **Вербицкая М. В.** Теория вторичных текстов. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/verbitskaya-08.htm> (дата обращения 01.05.2013).
5. **Зубова Л.** «Крещатик», 2004. – № 24. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://magazines.russ.ru> (дата обращения 21.02.2013)
6. **Кубрякова Е. С.** О тексте и критериях его определения. Структура и семантика.– М., 2001. – Т. 1. – С. 72–81. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/kubryakova-01.htm> (дата обращения: 17.06.2012).
7. **Уканакова Н. В.** Медиатекст как средство создания стратегий восприятия текста. – [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.kemsu.ru/Content/userfiles/files/Vestnik_KemGU_2013_1\(53\).pdf](http://www.kemsu.ru/Content/userfiles/files/Vestnik_KemGU_2013_1(53).pdf) (дата обращения 27.02.2013).
8. **Уканакова Н. В.** Стилистические стратегии в процессе восприятия связного текста. Международная заочная научно-практическая конференция «Лингвогуманитарное



образование в пространстве технического вуза (сборник материалов конференции). – [Электронный ресурс]. – URL: <http://109.123.172.5/conf/lgo/articles/506.pdf> (дата обращения 27.02.2013).

9. **Joseph Ducreux**. – [Электронный ресурс]. – URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Ducreux (дата обращения 25.02.2013).

10. **Memes**. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.quickmeme.com/memes/submissions/3/> (дата обращения 24.02.2013).

© A. V. Kolmogorova, N. V. Ukanakova

UDC 811

GENRE AS A SOURCE TEXT IN PRODUCING SECONDARY TEXTS

A. V. Kolmogorova, N. V. Ukanakova (Novokuznetsk, Russia)

The paper focuses on the possibility of widening the “text” notion by admitting genre as being specific kind of a text and on opportunities aroused by such approach for the text perception research. The research operates notions of “source text” and “product text”. Genre as a donor zone for secondary texts production denotes research object. Interactions and correlations between genre as a source text and secondary texts as parts of contemporary hypermedia culture are posited as research subject. Scientific novelty is presented due to the material on which the research is based, and to the clarification of essential genre nature and genre status, which is being analyzed as dynamic, sufficient entity able to initiate text creation. The analysis is based on common examples of comixes in contemporary hypermedia tradition. The processes of genre synthesis are analyzed which prove the similarity of genre and textual nature and the liability of approach suggested. Moreover, the role of stylistic strategies and mechanisms in the process of text perception is estimated. The relevance of the research is demonstrated due to modern tendencies in fast development of informational technologies, and in quick growth of functions of hypermedia textual reality, where questions of text nature and relationships between man and text have already become essential. To exist and function effectively in this reality, we need further elaboration, drafting and analysis of text perception strategies. Likewise, widening semantical structure of the “text” notion is crucial for further research.

Keywords: text perception, text production, genre, text perception strategies, hypermediality, secondary (product) text.

REFERENCES

1. **Avaliani D.** Listovertni. URL: <http://www.vavilon.ru/texts/avaliani-11.html>
2. **Babenko L. G., Kazarin Y. V.** Linguistic Analysis Of Fictional Texts. Flinta, Science, 2005, 496.
3. **Bakhtin M. M.** Problem Of The Text In Linguistics, Philology and Other Humanities Studies. URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/bahtin_problema/
4. **Koubryakova E. S.** Text and criteria of its determination. URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/kubryakova-01.htm>
5. **Verbitskaya M. V.** The Theory Of Secondary Texts. URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/verbitskaya-08.htm>
6. **Zoubova L.** Krestchatik, N 24, 2004. URL: <http://magazines.russ.ru>
7. **Ukanakova N. V.** Mediatext as an instrument for creating readers’ perception strategies URL: [http://www.kemsu.ru/Content/userfiles/files/Vestnik_KemGU_2013_1\(53\).pdf](http://www.kemsu.ru/Content/userfiles/files/Vestnik_KemGU_2013_1(53).pdf)
8. **Ukanakova N. V.** Stylistic strategies in the text perception process. URL: <http://109.123.172.5/conf/lgo/articles/506.pdf>.



9. **Joseph Ducreux** . URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Ducreux

10. **Memes**. URL: <http://www.quickmeme.com/memes/submissions/3>

Kolmogorova Anastassia Vladimirovna – the doctor of philological sciences, the head of the faculty of French language and methodics of teaching, Kuzbass State Pedagogical Academy.

E-mail: nastiakol@mail.ru

Ukanakova Natalia Valerievna – the post-graduate student of the faculty of French language and methodics of teaching, Kuzbass State Pedagogical Academy.

E-mail: natalia-ukanakova@yandex.ru