

На правах рукописи



МОШТЫЛЕВА Екатерина Сергеевна

**МОДЕЛИ НАРРАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ
РУССКОЯЗЫЧНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ:
ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ И
ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Специальность 10.02.01 — русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Нижний Новгород — 2021

Работа выполнена на кафедре теоретической и прикладной лингвистики ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского»

Научный руководитель:

доктор филологических наук,
профессор
Радбиль Тимур Беньюминович

Официальные оппоненты:

Ионова Светлана Валентиновна, доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина», кафедра общего и русского языкознания филологического факультета, профессор;

Иссерс Оксана Сергеевна, доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского», кафедра теоретической и прикладной лингвистики факультета филологии и медиакоммуникаций, заведующий кафедрой, декан факультета филологии и медиакоммуникаций

Ведущая организация:

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина»

Защита состоится 24 марта 2022 в 14.30 на заседании диссертационного совета Д 999.061.03, созданного на базе ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского», ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева», по адресу: 603000, г. Нижний Новгород, ул. Большая Покровская, 37

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского» по адресу: 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23 — и на сайте <http://diss.unn.ru>

Автореферат разослан

202__ года

Учёный секретарь
диссертационного совета


Юхнова Ирина Сергеевна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Исследования коммуникативно-прагматической, структурной и языковой организации повествовательных форм вне художественного дискурса набирают популярность в связи с тенденцией к нарративизации интернет-коммуникации. Положения уже состоявшегося междисциплинарного научного направления — лингвистики нарратива лишь отчасти могут быть применены к интернет-повествованию, а потому эта сфера нуждается в научной разработке.

Повествование как тип структурирования и передачи информации представляет собой один из наиболее оптимальных форматов для обмена знаниями о мире в сфере речевого взаимодействия коммуникантов — это довольно простая форма речевого сообщения. По этой причине повествовательность характеризует не только бытовое общение и художественные произведения, но и зачастую научный дискурс, кинематограф, философию и социологию науки. В интернет-коммуникации на русском языке нарративные структуры представлены крайне разнообразно: в электронных СМИ, сфере блогинга, социальных сетях, разнообразных контент-ресурсах.

Современный русскоязычный интернет является благоприятной средой для существования трансформированных моделей наррации. Некоторые из них представляют собой фактическую гибридизацию таких форм, взаимодействие которых в классических теориях нарратива является предметом серьёзных дискуссий. Кроме этого, феномен ненадёжности повествования в условиях тренда на т.н. «новую искренность» обуславливает основания для изучения языковых признаков недобросовестных (осознанно или неосознанно) блогеров-нарраторов.

Проявления «нарративного поворота» продолжаются в интернете, в том числе и в его русскоязычном сегменте; древнейшая базовая потребность людей рассказывать друг другу истории реализуется с помощью социальных сетей, подкастинговых сервисов и голосовых

сообщений / голосовых чатов. Нельзя не учесть, что даже продажа товаров и услуг становится наиболее эффективной, если рекламная стратегия производителей предусматривает разворачивание нарративов (вымышленных или реальных).

Изучение нарративов в диссертационном исследовании основывается на фундаментальных разработках в теории нарратива М. М. Бахтина [Бахтин, 1975, 1979, 1986], В. В. Виноградова [Виноградов, 1959, 1971, 1980], Г. О. Винокура [Винокур, 1989, 1990], В. М. Жирмунского [Жирмунский, 1977], В. Я. Проппа [Пропп, 1928], Б. В. Томашевского [Томашевский, 1996], Б. М. Эйхенбаума [Эйхенбаум, 1969], Е. В. Падучевой [Падучева, 1991, 2010, 2018], Е.А. Поповой [Попова, 2001, 2002], В. И. Тюпы [Тюпа, 2016, 2017] и др. Кроме того, значительными в нарратологии стали работы Ж. Женетта [Женетт, 1998], А.-Ж. Греймаса [Греймас, 1979], Р. Барта [Барт, 1977], У. Эко [Эко, 2016, 2018], В. Шмида [Шмид, 2003]. Изучением интернета с языковой точки зрения занимались Е. И. Горошко [Горошко, 2012, 2015], М. А. Кронгауз [Кронгауз, 2009, 2013], О. В. Кукушкина и др. [Кукушкина, 2014], Т. Л. Каминская [Каминская, 2008, 2012, 2020], С. А. Бозрикова [Бозрикова, 2012] и др.

Актуальность исследования обусловлена, во-первых, научной и общекультурной значимостью изучения речевой организации современного русскоязычного интернет-контента и связанным с этим возрастающим интересом филологов к явлениям русской речи в сетевом пространстве в целом и функционированию в его рамках нарративных структур в частности; во-вторых, малой изученностью форм повествования и повествовательной инстанции в интернете, который на сегодняшний день представляется наиболее репрезентативным коммуникативным пространством.

Объектом исследования являются модели наррации в русскоязычном интернете как комплексы языковых приёмов моделирования реальности и способы передачи знаний о мире.

Предметом исследования выступают лингвопрагматические и лингвостилистические особенности нарративных интернет-текстов.

Цель работы — осуществить комплексное, лингвопрагматическое и лингвостилистическое описание моделей наррации, представленных в современном русскоязычном интернет-пространстве.

Указанная цель определяет следующие **задачи** исследования:

1. Описать теоретические и методологические основы исследования моделей наррации в гуманитарном знании и на этой базе обосновать соответствующую методику описания, включающую лингвопрагматический и лингвостилистический подходы.
2. Рассмотреть виды и функции моделей наррации в современной русскоязычной интернет-коммуникации.
3. Охарактеризовать перволичные нарративы в социальных сетях и ненадёжную наррацию.
4. Проанализировать формат устного рассказывания.
5. Осветить особенности повествовательных стратегий в функционировании мемов.
6. Охарактеризовать специфику рекламных и публицистических нарративов.
7. Описать особенности реализации микронарративов и макронарративов.

Материалами исследования являются тексты различной жанрово-стилевой принадлежности на русском языке: публицистические и новостные статьи, рекламные тексты, посты в социальных сетях, тексты песен, подкасты, устные диалоги в социальных сетях, мемы.

Объём исследованного материала составили 54 публицистических нарратива в 3 крафтовых СМИ; 12 рекламных нарративов; 49 записей в социальной сети «Twitter»; 17 перволичных нарративов в социальных сетях; 22 перволичных нарратива в блоге; 30 рэп-текстов хипхопера, 15 других рэп-текстов, не связанных концептуально; 5 прямых эфиров в

«Clubhouse» длительностью от 5 до 32 минут; 17 устных подкаст-текстов; 39 мемов; 2 концептуальных нарратива (интернет-магазин и «крафтовое» СМИ).

Степень изученности вопроса. Работ, посвящённых моделям наррации в русскоязычном цифровом пространстве, на сегодняшний день мало, однако методологическая база, которую даёт лингвистика нарратива, может использоваться для исследования практически любого нового текстового объекта. Одним из таких и является интернет-текст, главная особенность которого заключается в постоянной динамике, что влияет и на регулярную потребность в научном описании и обосновании всех изменений.

Изучением интернет-языка, его стилистики и структуры текстов в интернете занимались А. А. Атабекова [Атабекова, 2003], И. В. Бугаева [Бугаева, 2011], Е. И. Горошко [Горошко, 2009, 2011, 2012, 2015], Л. Ю. Иванов [Иванов, 2003], Ф. О. Смирнов [Смирнов, 2004], А. А. Тертычный [Тертычный, 2017], А. О. Чаплыгина [Чаплыгина, 2017] и др., его прагматикой — Г. В. Кукуева [Кукуева, 2014], П. М. Макарова [Макарова, 2009], М. А. Осадчий [Осадчий, 2013, 2018], проблемой семиотической природы и поликодовости интернет-текста — Е. Е. Анисимова [Анисимова, 2003], А. А. Бернацкая [Бернацкая, 2000], Л. С. Гуторенко [Гуторенко, 2017], А. У. Качмазова [Качмазова, 2016] и др.

Проблеме изучения нарративных структур вне поэтики посвящены работы С. А. Бозриковой [Бозрикова, 2012, 2015], Е. С. Москаленко [Москаленко, 2009], Л. В. Татару [2009, 2013], В. И. Тюпы [Тюпа, 2011, 2012], Е. Ю. Сокруты [Сокрута, 2018], Е. А. Чувильской [Чувильская, 2009].

Таким образом, **научная новизна** работы обусловлена введением в научный оборот нового предмета для анализа: модели наррации во внехудожественных дискурсах, представленных в современной русскоязычной интернет-коммуникации, — и нового материала для

анализа: публицистические и рекламные нарративы в интернете, нарративы в социальных сетях, в рэп-текстах, устные подкаст-тексты и мемы, а также применением комплексного подхода (лингвопрагматика и лингвостилистика) к исследованию моделей наррации в интернет-пространстве.

Теоретическая значимость исследования определяется уточнением методики анализа моделей наррации (в том числе во внехудожественных сферах употребления языка) в русскоязычной интернет-коммуникации на основе теоретических принципов лингвистики нарратива как междисциплинарного и антропоориентированного направления в современном гуманитарном знании.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его основные положения и выводы могут быть использованы в преподавании вузовских общих и специальных курсов по лингвистическому анализу текста, когнитивно-дискурсивному анализу, нарратологии, лингвистике нарратива, интернет-лингвистике и пр., а также в практике производства лингвистической экспертизы интернет-текстов по разным категориям дел.

Методологическую базу исследования определяют теоретические принципы современной отечественной лингвистики нарратива (Е. В. Падучева, Е. А. Попова, Т. Б. Радби́ль, В. И. Тюпа и др.) и зарубежной нарратологии (Р. Барт, А.-Ж. Греймас, Ж. Женетт, В. Шмид и др.).

Методы исследования. В качестве основных в работе используются методы традиционного лингвистического описания, лингвостилистического анализа для исследования стилистических компонентов текста и его функций, лингвопрагматического анализа для выявления эксплицитных и имплицитных содержаний нарратива, анализа речевых действий и интенций автора, а также дискурс-анализ для исследования специфики дискурсивной реализации языковых единиц и категорий в интернет-нарративе.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Интернет-нарратив представляет собой вторично моделируемое коммуникативное событие, что обусловлено природой нарратива как модели физического события и цифровой коммуникации как модели коммуникативного события.

2. Событийная структура нарратива в интернете представляется редуцированной, неполноценной, восстанавливаемой с помощью актуализации импликатур, поскольку взаимодействие читателя и нарратора осуществляется опосредованно — через фокализированные отражения обеих фигур.

3. Основными характеристиками интернет-нарратива являются публичность, поликодовость, интертекстуальность, опосредованность, диалогичность, событийность и нарративная модальность.

4. Интернет-коммуникация и её возможности обуславливают появление неосознанно опубликованных нарративов, что актуально как для перволичной, так и для третьеличной наррации. Кроме того, особенности цифровой среды навязывают речевому событию особенности коммуникативной ситуации в части её публичности (полной, неполной, локальной, избирательной).

5. Интернет-мем обладает нарративной структурой. Для изучения мема как повествования необходимо восстановить его событийные импликатуры с помощью конситуации и знания механизма возникновения коммуникативного акта в интернет-пространстве.

6. Устные нарративы функционируют в интернете в виде музыкальных текстов, подкаста и голосового сообщения и реализуются преимущественно в виде перволичной наррации. Случаи третьеличной наррации характеризуются подготовленной или квазиспонтанной речью.

Апробация результатов исследования. Материалы диссертационного исследования отражены в докладах, сделанных на международных и всероссийских конференциях: Пятая конференция-школа «Проблемы языка: взгляд молодых ученых», Институт языкознания

РАН, Москва, 16–17 февраля 2017 года; IX Всероссийский молодёжный научно-практический семинар «Литература и проблема интеграции искусств: слово и изображение», филологический факультет ННГУ, Нижний Новгород, 25-26 марта 2017 года; Всероссийская научно-практическая конференция (с международным участием) «Русский язык в диалоге культур», Поволжский центр культур финно-угорских народов, Национальной библиотеки им. Пушкина Республики Мордовия, МГУ им. Н.П. Огарёва, Саранск, 6 июня 2017 года; II-ая Международная научно-практическая конференция «Дискуссионные вопросы теории и практики судебной экспертизы», РГУП, Москва, 26-27 октября 2017 года; XIX Международная конференция молодых филологов, Таллиннский университет, Таллинн, Эстония, 15-17 февраля 2018 года; Шестая конференция-школа «Проблемы языка: взгляд молодых ученых», Институт языкознания РАН, Москва, 12-14 марта 2018 года; V Международная научно-практическая конференция «Язык. Право. Общество», Пензенский государственный университет, Пенза, 22-25 мая 2018 года; VII Международная научная конференция "Семантика и прагматика языковых единиц: история и современность" (к 100-летию Таврического университета, к 100-летию кафедры русского языка (кафедры русского, славянского и общего языкознания), 23 октября 2018 года; III Международная научно-практическая конференция «Дискуссионные вопросы теории и практики судебной экспертизы», РГУП, Москва, 28-29 марта 2019 года; Всероссийская научная конференция с международным участием «С любовью к слову», Арзамас, 9-10 февраля 2021 года; Международная научная конференция «Фундаментальная лингвистика и проблемы судебной экспертизы: социальные сети как объект научного и экспертного анализа», Государственный ИРЯ им. А.С. Пушкина, Москва, 5-6 октября 2021 года. Основные положения диссертации изложены в 10 статьях, 4 из которых опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК

при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации, 1 — в журнале, индексируемом в базе Web of Science.

Структура работы: диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложения. **Список литературы** содержит 261 наименование источников по теме диссертационного исследования (из них 11 — на иностранном языке). Общий объём диссертации составляет 190 с.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснованы актуальность и новизна темы исследования, сформулированы цели и задачи работы, определены объект, предмет, материалы и методы исследования, аргументированы теоретическая и практическая значимость, описана структура работы.

Первая глава «Теоретические и методологические основы комплексного исследования моделей наррации в интернет-коммуникации» содержит исследование теоретических положений лингвистики нарратива и подходов к анализу повествовательной инстанции, определяет основные понятия диссертации, а также подтверждает влияние интернет-коммуникации на порождаемые в её пространстве нарративы, образы автора и читателя.

В **разделе 1.1** дана характеристика идеям и принципам лингвистики нарратива в историко-научном и научно-теоретическом освещении (**подраздел 1.1.1**), определены объём и содержание научного понятия «нарратив» (**подраздел 1.1.2**), раскрыта структура нарративного текста (**подраздел 1.1.3**), определено понятие нарративной модальности (**подраздел 1.1.4**), рассмотрены типы повествования (**подраздел 1.1.5**), а также нарратив охарактеризован с позиции его прагматики (**подраздел 1.1.6**).

В рамках исследования устанавливаются принципиальные различия между нарративом, нарративностью и наррацией. Наррация — это речевой

акт рассказывания. Модель наррации — система лингвистических и экстралингвистических характеристик рассказывания. Нарративность — это свойство повествовательного текста, заключающееся в разворачивании повествования от одной точки во времени и пространстве к другой. Нарратив представляет собой текст, в котором репрезентуется одно или несколько событий (проявляется нарративность) с помощью речевого акта рассказывания (наррации).

В разделе 1.2 рассматриваются особенности коммуникативной и языковой организации нарратива в русскоязычном сегменте интернета. Интернет-нарративы исследуются в соответствии с двусобытийной структурой: на уровне предметной манифестации, или отношений нарратора и читателя, и на уровне повествовательного синтаксиса, или внутренних отношений актантов. Первый соотносится с внешним универсумом (системой внешних связей) и представляет собой тот пласт, с которым взаимодействуют автор и читатель. Второй соотносим с внутренним универсумом (системой внутренних связей) — он выстраивает взаимодействие актантов и их функций в повествовательном хронотопе. В результате функционирования двух уровней образуется акт рассказывания — наррация. Этот конструкт даёт возможность проанализировать повествование как внутри, в совокупности его универсумов, так и во взаимодействии с другими коммуникативными субъектами. В подразделе 1.2.1 анализируются характеристики интернет-нарратива: публичность, поликодовость, интертекстуальность, опосредованность, диалогичность, событийность и нарративная модальность. Подраздел 1.2.2 содержит исследование фигуры рассказчика в интернете. Устанавливается, что в одном интернет-нарративе разные формы повествования (перволичная и третьеличная) и типы рассказчиков (экзегетический, диегетический; эксплицитный, имплицитный) могут пересекаться. Создатель текста не коммуницирует с читателем напрямую, поскольку фактически взаимодействие происходит между образом автора и образом читателя.

Единого понимания времени и пространства, единых фоновых знаний между этими фигурами может не быть.

В подразделе 1.2.3 рассмотрены основные виды повествований в цифровой среде (публицистический, «крафтовый», авторизованный, рекламный, музыкальный, подкаст-нарратив, нарратив синхронной записи, макронарратив и микронарратив). Подраздел 1.2.4 содержит анализ проблемы адресованности нарратива в интернете.

Коммуникативная среда цифрового пространства обуславливает форму существования различных моделей наррации. Особенности сетевых ресурсов в виде возможностей комментирования, репостинга, отметок («Мне нравится» и др.), контроля публичности (приватности) предопределяют не прямое речевое взаимодействие адресата и адресанта. Цифровая коммуникация редуцирована: хронотоп коммуникантов может отличаться, а может и вовсе не быть определённым ни нарраторской фокализацией, ни читательским восприятием.

Раздел 1.3 обосновывает комплексную методику описания моделей наррации в интернете. В качестве основных заявляются лингвопрагматический и лингвостилистический подходы. Вспомогательными методами послужили анализ текста с точки зрения его формы, построенный на рассмотрении экстралингвистической составляющей нарратива в интернете, анализ актантной структуры интернет-нарратива, базирующийся на учении французского семиотика А.-Ж. Греймаса, а также некоторые инструменты лингвокогнитивного анализа повествовательных моделей.

Во второй главе «Виды и функции моделей наррации в современном русскоязычном интернете: лингвопрагматический и лингвостилистический анализ» проводится исследование различных моделей наррации в интернете.

В разделе 2.1 охарактеризованы первоначальные нарративы в социальных сетях. В этих текстах реальность всегда показывается через

особенности нарраторского восприятия. В центре оказываются воспоминания, наблюдения и размышления повествователя, а не сюжетная линия. Повествователь всегда настраивает иллюкативные силы высказываний в посте на свою аудиторию. Основная функция — установить контакт с читателем, чтобы добиться определённого иллюкативного эффекта (увеличение количества подписок, комментариев, отметок «Мне нравится», охватов и др.). Кроме того, особенно выражены в перволичных интернет-нарративах эмотивная функция (через использование экспрессивных лексических единиц), а также эстетическая функция — рассказы «красивы» и просты для любого читателя (уровень владения орфографией и пунктуацией варьируется от среднего значения до высокого, текст членится на небольшие абзацы, выделяются текстовые фрагменты для «приятного» чтения (с помощью прописных букв, эмоджи, а также путём изменения внешнего вида шрифта в тех ресурсах, где это возможно), к тексту прикрепляется изображение и др.).

Из-за особенностей неканонической коммуникативной ситуации Объект может совпадать с Адресантом. Помощником может выступать тот, кто лежит вне нарратива — это комментаторы (или, в крайнем случае, те, кто ставит отметки «Мне нравится», что воспринимается как невербальная поддержка), а Противник — конкретный человек или образ, в том числе это может быть проекция самого нарратора (сам себе «мешает жить», придерживаясь каких-то принципов и жизненных установок). Блогер создаёт нарративный универсум, где читатели выполняют свои роли — если это продающий блог, читатели выступают основными покупателями (товаров, курсов), на них оказывается воздействие с помощью личных историй блогера.

В разделе 2.2 на примере исследования концептуального рэп-альбома (хипхоперы) показывается возможность гармоничного сосуществования нарратива, лирики и мифа в рамках одного произведения. В основе рэпа, вне всяких сомнений, лежит такая форма когнитивного

моделирования реальности, как лиричность. Однако некоторые рэп-альбомы и рэп-треки могут быть и онарративлены. Рэп-текст с момента авторского замысла орнаментален. Возможность существования абсолютно лиричных рэп-композиций существует, а также доказывается невозможность только нарративных. Например, трек Крес «Нежность» (2004) полностью лиричен, событийность отсутствует. Моделируются возвышенные, в чём-то трагичные чувства героя. Даже событийное на первый взгляд *На южных пляжах венчались* не воспроизводит референта и предиката, приобретая характер фактоподобия. В «Закрытом космосе» Касты (2010) трек начинается с лиричного *Любовь слепа — это факт для большинства зевак*, затем появляются актанты повествования и непосредственная история их взаимодействия: *И один из них я сам, иду в центральный парк // В летнем кафе ты проводишь свой досуг / Ожидая мой визит и тирамису; Из-за пустяка ссорились мы весь декабрь / И разбежались на радость всем завистникам*.

Обычно у рэп-исполнителя (и рэп-писателя) нет рамок «только лирика» или «только нарратив», поэтому переключение между двумя этими регистрами может проходить плавно и почти незаметно для слушателя. Так это происходит в макронарративе «Орфей & Эвридика» Noize MC (2019).

Хипхопера рассмотрена на двух уровнях повествования: предметной манифестации и повествовательного синтаксиса. Анализ первого подразумевает исследование взаимодействия: Адресант — речевое сообщение — Адресат. Адресант — автор текста, который порождает текст, наделяя его функциями. Адресат — слушатель (или читатель).

Второй уровень — это взаимные отношения актантов внутри нарратива. Для его описания использовано учение об актантах А.-Ж. Греймаса (Субъект — Орфей, Объект — карьера рэп-артиста на фоне взаимоотношений с Эвридикой; Противник — Аид, Фортуна, Помощник — Харон).

Нарративная организация хипхопера «Орфей & Эвридика» семиотизирована, начиная от ситуативных символов-отсылок к реальности слушающего (коррупционные скандалы, рэп-баттлы), заканчивая концептами и стереотипами (*Орфей? А это правда имя или кличка? Окей! Звучит, конечно, необычно / **Мама что ли, историчка?***). Мифологические символы (Спартак сообщает Прометею, что украденный им огонь не актуален, ведь *спустя 1000 лет **принесут огонь** те, кого назовут «Zippo» и «Cricket»*) создают особую атмосферу, позволяя работать поэтической функции — той, которая даёт возможность слушателям наслаждаться, а исследователям — дискутировать о принадлежности текста хипхопера к высокому искусству или едва заметному следу андеграунд-творчества. Лингвопрагматический анализ позволяет увидеть реализацию конативной функции через многочисленные импликатуры и экстралингвистические факторы (разнообразные инференции, на которые влияет лишь личность адресата и уровень его мышления, иногда — степень знакомства с современной массовой культурой).

В хипхопере несколько повествователей. Прежде всего это нарратор экзегетический, выраженный в экстралингвистической информации и в метатекстовых элементах (в наименованиях треков, разделении хипхопера на треки, распределении персонажей и образов и др.) и органично смешивающий современный и мифический миры. Этот нарратор всеведущ, он решает, что Орфей расскажет о себе Олимпу в «Вечернем Урганте» (интерлюдия — узнаваемый голос Ивана Урганта: *Смотрите, ещё недавно он выступал на улице — сегодня он собирает стадионы поклонников. И вот, наконец, он пришёл к нам*).

Диегетические нарраторы также присутствуют в хипхопере: Немезида Пафос (ведущая новостей из мира шоу-бизнеса «Фанфары Эллады») и Фортуна (ведущая олимпийского мега-баттла).

В разделе 2.3 исследованы признаки ненадёжной наррации в блогосфере и в социальных сетях. Ненадёжная наррация предоставляет

немалые возможности для автора в воздействии на читателя и его мнение. Этот приём позволяет достигать различных манипулятивных эффектов: убеждать, провоцировать, запугивать, подстрекать, призывать и др.

Если нарратор может быть охарактеризован искажённым взглядом на мир в момент повествования (химическое опьянение или зависимость, особенности психического состояния), то он является ненадёжным — ошибающимся. Однако не стоит забывать о том, что осознанное применение ненадёжной наррации может выражать коммуникативное намерение обмануть, ввести в заблуждение, навязать читателю искажённые представления о чём-либо.

Чаще всего языковым признаком ненадёжной наррации является несовпадение семантики высказываний. Так, в одном из исследованных текстов рассказчица делает вывод, что к ней было применено насилие. Для семантики насильственных действий свойственен признак безвольности жертвы. В то же время в тексте девушка уточняет, что выражала безразличие (*мне стало всё равно*) к интимным отношениям. Кроме того, о ненадёжной наррации свидетельствуют экспрессивные языковые средства, необъективные, оценочные суждения, большое количество комментариев о себе и саморефлексия, частые обращения нарратора к читателю.

Фигура ненадёжного нарратора характеризуется двумя категориями: 1) авторы с искажёнными представлениями о реальном мире, 2) авторы, избравшие манипулятивную стратегию воздействия на читателя.

Устное рассказывание проанализировано в **разделе 2.4**. Особенность устных нарративов, прежде всего, в том, что речь принимает форму спонтанной или квазиспонтанной речи.

По результатам наблюдений подкасты подразделяются на два основных вида:

1) Разговорные подкасты — наиболее распространённые, поскольку их запись осуществляется с помощью диалога вокруг какой-либо темы. Участники высказывают свои позиции, рассказывают истории, воплощая

коммуникативную функцию языка. Чаще всего разговорные подкасты представляют собой взаимодействие побуждающего и реагирующего коммуникантов, а также задающего вопрос и отвечающего. Нарративы в разговорных подкастах спонтанны или квазиспонтанны.

Многие истории в прямых эфирах в «Clubhouse» (основные темы: личностный рост, общественно-политическая ситуация) являются перволичными нарративами — чаще всего рассказчик говорит о своём пути успеха, приводит ситуации из своей жизни, которые на него повлияли так или иначе, или же спикер рассказывает какие-то злободневные истории через призму своих оценок, эмоций. Рассказчиков может быть несколько — поочерёдно они доносят до слушателя свою точку зрения. Также встречаются каналы, функционирующие с помощью искусственного интеллекта (к примеру, «Общество мёртвых поэтов», где боты «Анна Ахматова», «Иосиф Бродский», «Сергей Есенин», «Владимир Высоцкий» поочерёдно читают свои стихи. Когда кто-то подключается к комнате и начинает говорить, «поэты» перестают читать).

2) Нарративные подкасты — те, которые обладают наибольшей степенью подготовленности. Нарративные подкасты — это создание текста для произнесения с учётом особенностей восприятия. Частью нарративной структуры становятся те характеристики, которые в письменный нарратив никогда бы не вошли, — варьирование интонационных конструкций и пауз, имитация разнообразных стилей речи (а иногда — и пренебрежение ими), намеренное допущение речевых ошибок, экстралингвистические приёмы иммерсивности (звуки, мелодии и др.).

Перволичная наррация свойственна для голосовых сообщений или коммуникации в голосовых социальных сетях (например, «Clubhouse»), а также разговорным диалогичным подкастам. Третьеличный устный нарратив существует в форме нарративных подкастов (которые в малой степени могут актуализироваться и перволичным нарратором) — текстов,

которые подготавливаются под особенности восприятия слушателя. Для первых свойственно диалогическое построение речи, где выражены попеременные роли говорящего и слушающего, а также роль слушателя-пользователя, для которого этот подкаст создаётся. Для нарративных подкастов актуальна коммуникативная модель, состоящая из того образа автора, который закладывают авторы подкаста, и слушателя-пользователя.

В разделе 2.5 освещаются особенности повествовательных стратегий в функционировании мемов. Для анализа мема как повествования необходимо восстановить его событийные импликатуры с помощью конситуации и знания механизма возникновения коммуникативного акта в интернет-пространстве. Особенность мема в том, что посредством него происходит вторичная нарративизация — моделирование именно речевого события, а не события реальной жизни, как это бывает с большинством нарративов.

Мем — это поликодовая система, выражающая идею или символ в определённом контексте и реализуемая в виде изображения, видеоролика или вербального кода. Мемологема — это концептуальная основа мема, те самые идея или символ, которые выражаются посредством мема.

Мемологема мифологична, мем нарративен только при использовании его в коммуникативном акте. Мемологема хотя и может содержать событие, но она не моделирует реальность и никому не адресована. Так, к примеру, мемологема с разговаривающими Элли и Страшилой является кадром из художественного фильма — читателю известны лишь характеристики этих персонажей применительно к сказке. Это изображение анарративно и абстрактно. При добавлении реплики для Элли (*А как же ты можешь разговаривать, если у тебя мозгов нет?*) и реплики для Страшилы (*Я ещё и обучающие тренинги провожу*) событийности так же не возникает, но есть модель реальности — обычная для современного мира ситуация с изменёнными ценностями, когда коучами становятся все желающие — даже *те, у кого мозгов нет*. Также

возникает признак адресованности — мем всегда существует *где-то* в интернет-пространстве, там же и распространяется: в пабликах, на стене в личном аккаунте, в истории и т.д. У мема всегда есть адресат — пользователь интернета, который увидит, интерпретирует мем и откликнется: лайком, комментарием — позитивным или негативным. Разумеется, мем про Страшилу и тренинги можно напечатать на бумаге и повесить в рабочем кабинете напротив стола коллеги, но в этом случае он лишь отчасти перестанет подчиняться коммуникативным закономерностям интернета. Таким образом, мемологема и мем ненарративны без конситуации. Последняя позволяет мему обрести повествовательными компонентами смысла и тремя началами наррации (интенциональность субъекта по отношению к изображаемому; моделирование референта и предиката с определенной точки зрения, дистанцированной во времени и мысленно отстоящей, внеположенной (транс-гредиентной] по отношению к изображаемому; обязательная адресованность в коммуникативном акте [Радби́ль, 2017: с. 26—30]).

В разделе 2.6 характеризуется специфика рекламных и публицистических нарративов. Разновидностью последнего является новостной нарратив, содержащий фабулу информационного повода. В результате исследования нарративов (на ресурсах «The Village», «Батенька, да вы трансформер», «The Noisetier», «Open Horizons», «Veter Magazine» и др.) стало очевидным то, что понятия публицистического, новостного и рекламного нарратива можно разграничить на уровне актантной модели, а также прагматических характеристик.

Иллокутивная сила рекламного нарратива направлена на конкретного адресата — целевую аудиторию, которая способна купить товар или услугу. Покупка — это перлокутивный эффект, результат опосредованного повествованием воздействия адресанта-продавца. Сюжет такого нарратива всегда связан с обладанием или необладанием какой-либо вещью, использованием или неиспользованием услугой. Группы

Помощников и Противников, скорее, будут равны самому Адресату, потому что необходимость приобретения (перлокутивный эффект) — это результат мыслительной деятельности. Перед покупкой читатель интерпретирует рекламный нарратив, оценивает все за и против (оценка может быть как протяжённой во времени, так и моментальной) и совершает действие. Главенствующая функция — конативная, заключающаяся в воздействии на адресата — потенциального покупателя. Вторая по значимости — эмотивная, поскольку с помощью речевых эмоций, создаваемых нарратором, успешно реализуются речевые акты убеждения адресата.

Публицистический нарратив отличается от новостного лишь тем, что новостной содержит в себе фабулу информационного повода. В части актантов, функций и других признаков эти повествования оказываются схожи.

В разделе 2.7 описываются особенности реализации микронарративов и макронарративов. Микронарратив — это нарратив небольшого объёма, состоящий из одного-двух повествовательных предложений. Наиболее ярким примером в цифровой коммуникации является твит, который, как было установлено в процессе исследования, обладает нарративным потенциалом. Микронарративы могут встраиваться в более крупные конструкции (например, в публицистические повествования, образуя структуру «нарратив в нарративе»).

В разделе 2.8 рассматриваются макронарративы — произведения, объединяющие текстовый контент в рамках какой-либо идеи.

В подразделе 2.8.1 анализируется нарративная концепция интернет-ресурса «Батенька, да вы трансформер». Создателями «Батеньки» сформулирована и идеология — это Орден апокалипсологов. Здесь есть свой манифест, который сводится к предложению «Конец света уже наступил, просто никто не заметил». Истории, публикуемые на «Батеньке», имеют в большинстве своём типовой заголовок «*Как X что-*

то делает / делал». Все заголовки цепляющие, сопровождаются чёрно-белым превью, которое после наведения курсора становится цветным. Практически все текстовые и графические элементы «Батеньки» направлены на привлечение внимания читателя, на взаимодействие с ним и диалог.

Образ читателя содержит ту же культурную память, что и Орден постапокалиптологов, иначе коммуникативное намерение его создателей может считаться неудачным. Образ автора воплощён в образе Ордена апокалиптологов — в него, вероятно, входят все те физические авторы, имена которых располагаются наверху отдельных статей.

Все тексты выполнены в единой концепции и едином стиле, имеют типовое оформление — все они креолизированы, размер шрифта меняется в зависимости от смысловых акцентов, которые авторами считаются наиболее важными. Все статьи и нарративное обрамление представляют собой особую форму моделирования реальности (это те истории, которые происходят в новом мире после конца света). Истории в статьях — это модели событий, которые происходят в нашем мире, «Батенька» — это модель мира, альтернативная реальность, пограничная (и иногда пересекающаяся) с нашей.

Так, некоторые интернет-СМИ привлекают внимание читателей концептуальным объединением разных по тематике статей. Кроме того, исследование показало, что нарративизация интернет-магазинов оказывается достаточно эффективной для достижения перлюкутивного эффекта: рассказывание историй привлекает внимание читателя.

В подразделе **2.8.2** рассматривается нарративная концепция интернет-магазина в социальной сети «Instagram».

Рекламные нарративы в «Instagram» функционируют либо в отдельных постах (например, блогеров), либо в специально созданных аккаунтах. Как правило, авторы последних используют разнообразные рекламные и языковые стратегии для привлечения покупателя и (что

является главным назначением рекламного текста) увеличения продаж. Реклама в аккаунте блогера предполагает нарративизацию продукта — рассказывание личной истории, в которой ту или иную роль играет рекламируемый товар или услуга. Под специально созданным аккаунтом для продаж понимается интернет-магазин в «Instagram», где каждый пост направлен на продвижение продукта — в том числе и с помощью истории. Это в каком-то смысле аналог концепт-стора в онлайн-формате: презентация продукции, объединённой одной идеей, концепцией. Авторы таких проектов создают особое пространство, атмосферу, которые помогают донести до покупателя определённые мировоззрение и ощущения. Одним из таких магазинов с нарративной концепцией является «Robber Baron», который рассматривается по следующим направлениям.

1) Система персонажей не является закрытой — она может обновляться путём добавления новых действующих лиц, помогающих продвижению и продаже товара (одежды с фрагментами картин популярных художников Ренессанса) и имеющих свои функции в повествовании (Барон-разбойник, агенты «Robber Baron», придворные художники и фрейлины, гномы, таможенники королевства, придворный копирайтер, волшебный зверь Unicornis, Жанна из Орлеана, звездочёт и др.).

2) Волшебная сказка — третьеличный нарратив. Повествование ведётся от персонажа, интегрированного в повествование, однако он никак не называется. Читателю становится очевидно, что нарратор — это один из обитателей замка (*Изначально проект ROBBER BARON задумывался, в том числе и как образовательный. Но очень быстро мы убедились, что наши подписчики прекрасно разбираются в искусстве и могут сами просветить кого угодно!*) В одних случаях нарратор выступает в качестве диегетического наблюдателя (*Её Величество Осень накрыла наше королевство колпаком серых облаков, и в замке “ROBBER BARON” каждый борется с сезонной хандрой по-своему.  Гномы снова варят*

глитвейн, *А*лхимик заряжает тубусы флюидами добра, а Барон играет в шашки с амбарным котом , в других — он подробно рассказывает истории, случившиеся с Бароном: *Прошлой осенью в окрестных лесах Барон с мартышкой-оруженесцем охотился на лис <...> И вот, в пятом часу, когда **солнце скрылось** за туманными горами, из оврага **послышались звуки** волынки. Приблизившись, охотники **так и не нашли** музыкантов, но, к своему изумлению, **обнаружили**, что **музыка исходила** с изображения на свитиоте, который **аккуратно висел** на рябиновом кусте. Чудесная находка была доставлена в замок, тщательно изучена алхимиками и запущена в тираж!*

Речепорождение основано на интерполяции средневековых мифов — мифологические фреймы (например, фреймы «Жанна д'Арк», «Единорог», «Рыцари» и др.) накладываются на информацию о продаваемом товаре.

3) Коммуникация с читателем осуществляется вполне удачно, он ощущает себя внутри волшебной сказки.

А) В постах обращаются непосредственно к читателям — потенциальным покупателям одежды.

Б) В комментариях читатель оказывается вовлечён в игру непосредственно — с ним общаются не просто SMM-менеджеры магазина, а обитателя волшебного замка: *добрейшего дня! Всю актуальную на данный момент информацию о ценах и наличии можно увидеть в онлайн магазине (ссылка в шапке профиля). На заказ наши гномы и эльфы не работают*   

4) Функции истории. Оказываются ярко выраженными фатическая функция нарратива, воплощённая в установлении контакта с читателем, выражением отношения к предмету речи и своего рода подталкиванием к совершению определённого действия — покупке одежды с фрагментами картин; конативная функция, заключающаяся в воздействии на читателя, в том числе с помощью элементов креолизации (фотографии и анимации stop motion в аккаунте креативны и привлекательны, а также

соответствуют современным контент-тенденциям). Поэтическая функция очевидна — истории про рыцарей, единорогов и фей дают возможность наслаждаться (и даже восхищаться) нестандартным подходом к продаже одежды. Покупатели превращаются в участников этих историй; восхищение становится поводом приобрести футболку или толстовку с фрагментом картины Босха или Брейгеля, например. Налицо активное взаимодействие всех речевых функций, направленное на реализацию коммуникативных интенций.

5) Коммуникативные интенции: положительная оценка продаваемого товара формируется с помощью всех высказываний. Большая часть высказываний построена с помощью языковых аномалий (в частности, нарушение хронотопа). Зачастую авторская оценка передаётся оценкой персонажа: *Звездочёт нашего королевства рекомендует встречать новый год в худи «Lunch»*. В высказывании скрыто имплицитное побуждение к покупке. Звездочёт — это авторитет, который знает наверняка, что читателю-покупателю обязательно нужно во время праздника надеть одежду «Robber Baron», потому что информация, полученная от звёзд, содержит обещание блага.

В заключении изложены основные результаты исследования и сформулированы его дальнейшие перспективы.

В связи с исключительной сложностью изучаемого объекта и его практически неисчерпаемым объёмом, постоянно пополняющимся, проведённое исследование не претендует на полноту освещения поставленных проблем. Это позволяет наметить дальнейшие перспективы исследования, связанные с расширением исследовательской базы за счёт более детального анализа взаимодействия наррации и креолизации интернет-текстов, а также исследования форм повествования в видеоблогах (влогах). Кроме того, нуждается в лингвистическом описании трансформация эгоцентрических элементов языка в интернете. Также предполагается включить в поле научного внимания контрастивный аспект

— сопоставление русскоязычных и англоязычных моделей наррации с целью выяснения возможной национальной и культурной специфики повествовательных форм в интернете.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

*Научные статьи, опубликованные в ведущих изданиях, рекомендуемых ВАК
Министерства науки и высшего образования РФ*

1. Моштылева Е.С., Босов А.Е. Проблема дифференциации объектов судебных экспертиз, связанных с исследованием письменного текста // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2016. — № 4. — С. 101—104. (0,3 а.л., авторское участие — 50 %).

2. Моштылева Е.С. Классификационное место речеведческих экспертиз в теории и практике судебной экспертизы (влияние судебно-экспертных традиций) // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2018. — №4. — С. 131—135. (0,5 а.л.).

3. Моштылева Е.С. Фигура ненадёжного рассказчика в нарративных стратегиях медийного текста в интернете // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2021. — № 3. — С. 175—180. (0,6 а.л.)

*Научные статьи в изданиях, индексируемых в научных базах
SCOPUS / Web of Science*

4. Моштылева Е. С. Взаимодействие нарративного и лирического начал в текстах современных музыкальных исполнителей / Е. С. Моштылева // Научный диалог. — 2021. — № 4. — С. 112—128. — DOI: 10.24224/2227-1295-2021-4-112-128. — Web of Science (0,93 п.л.)

Публикации в других научных изданиях

5. Моштылева Е.С. Репост как особый объект судебно-экспертного исследования в лингвопрагматической перспективе // Вопросы экспертной практики. Ассоциация экспертов по содействию экспертной деятельности "Национальный общественный центр экспертиз" (Москва). — 2017. — № S1. — С. 227—232. (0,25 п.л.)

6. Моштылева Е.С. Особенности исследования письменных текстов с признаками пропаганды противоправных явлений // Проблемы языка (Сборник научных статей по материалам Пятой конференции-школы "Проблемы языка: взгляд молодых учёных" 16—17 февраля 2017 года). Проблемы языка: Сборник научных статей по материалам Пятой конференции-школы «Проблемы языка: взгляд молодых ученых». — М.: Институт языкознания РАН, Канцлер, 2017. — С. 242—254. (0,6 п.л.)

7. Моштылева Е.С. К вопросу о терминологических и классификационных проблемах в теории речеведческих экспертиз // Уголовное производство: процессуальная теория и криминалистическая практика. Уголовное производство: процессуальная теория и криминалистическая практика: материалы VI Международной научно-практической конференции, 26—27 апреля 2018 года, г. Симферополь-Алушта / отв. ред. М. А. Михайлов, Т. В. Омельченко ; Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского. — Симферополь : ИТ "АРИАЛ", 2018. — С. 82—84. (0,3 п.л.)

8. Моштылева Е.С. Речеведческие экспертизы: терминологические и классификационные проблемы класса // Современные проблемы права глазами молодых ученых: сборник статей участников Международной научно-практической конференции (13 апреля 2018 г.). Нижний Новгород: Науч. ред.: В.Ю.Толстолицкий, В.А. Юматов, В.А. Колосова; Арзамасский филиал ННГУ. — Арзамас: Арзамасский филиал ННГУ, 2018. — С. 272—278. (0,3 п.л.)

9. Моштылева Е.С. Применение инструментов лингвистической прагматики при исследовании текстов интернет-коммуникации // VII Международная научная конференция (к 100-летию Таврического университета). Сборник научных статей. — Симферополь: Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал» (Симферополь). 2019. — С. 198—205. (0,3 п.л.)

10. Моштылева Е.С. О попытках анализа спорного нарратива в рамках судебно-лингвистического исследования поликодовых интернет-текстов. // Международные и национальные тенденции и перспективы развития судебной экспертизы: сборник докладов международной научной конференции. Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. — Нижний Новгород, 2019. — С. 246—251. (0,5 п.л.)

Подписано в печать 24.12.2021 г. Формат 60×84 1/16.

Бумага офсетная. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 1. Заказ № 486. Тираж 100 экз.

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.
603000, г. Нижний Новгород, ул. Б. Покровская, 37