Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского»

На правах рукописи

МОШТЫЛЕВА Екатерина Сергеевна

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

Специальность 10.02.01 — русский язык

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
профессор Радбиль Т.Б.

Нижний Новгород — 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОМПЛЕКСНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ МОДЕЛЕЙ НАРРАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ 12

1.1. Современная лингвистическая нарратология как междисципинарное направление в гуманитарном знании 12

1.1.1. Идеи и принципы лингвистики нарратива в историко-научном и научно-теоретическом освещении 12

1.1.2. Объём и содержание научного понятия «нарратив» 18

1.1.3. Структура нарратива 23

1.1.4. Понятие нарративной модальности 29

1.1.5. Типы повествования 35

1.1.6. Нарратив как коммуникативный акт: прагматика нарратива 39

1.2. Нарратив в пространстве современного русскоязычного интернета: особенности коммуникативной и языковой организации 45

1.2.1. Особенности рассказывания в интернете 45

1.2.2. Адресант нарратива и образ автора в интернете 58

1.2.3. Типология моделей наррации в интернет-коммуникации 66

1.2.4. Проблема адресованности нарратива. «Образ читателя» 69

1.3. Комплексная методика описания моделей наррации в интернете 73

Выводы по первой главе 82

Глава 2. ВИДЫ И ФУНКЦИИ МОДЕЛЕЙ НАРРАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТЕ: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ И ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ 85

2.1. Перволичный нарратив в социальных сетях 85

2.2. Третьеличный нарратив, лирика и миф 93

2.3. Ненадёжный рассказчик в медийном нарративе 103

2.3.1. Нарратив в нарративе (формат — «крафтовое» СМИ). 104

2.3.2. История о зависимости (блог на платформе «Яндекс. Дзен») 112

2.3.3. История о харассменте (пост в социальной сети «Facebook») 115

2.4. Устное рассказывание как объект изучения лингвистики нарратива: подкастинг, войсы и Clubhouse 118

2.5. Повествовательная инстанция в меме 126

2.6. Рекламные и публицистические нарративы 132

2.7. Микронарратив в микроблоге 138
2.8. Макронарратив: концептуальное повествование 142
2.8.1 История одного самиздата (на примере издания «Батенька, да вы трансформер»)..... 142
2.8.2. История, которая продаёт (на примере интернет-магазина «Robber Baron») 145
Выводы по второй главе 152
ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... 155
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 160
ПРИЛОЖЕНИЯ 187
Приложение 1..... 187
Приложение 2..... 188
Приложение 3..... 189
Приложение 4..... 190

ВВЕДЕНИЕ

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 междисицплинарного 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 сегодня характеризует не только бытовое общение и художественные произведения, но и зачастую научный дискурс, кинематограф, философию и социологию науки. В интернет-коммуникации на русском языке сегодня 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» обусловливает 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 в том числе с помощью

социальных сетей, подкастинговых сервисов и голосовых сообщений / голосовых чатов. Нельзя не учесть, 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 хипхоперы, 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 (лингвопрагматического, лингвостилистического

подходов) подхода 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 гумнитарном 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. Радбиль, 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 обусловливают 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.

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.

Глава 1 содержит исследование теоретических положений лингвистики нарратива и подходов к анализу повествовательной инстанции; определяется понятие нарративной модальности; установлено влияние интернет-коммуникации на порождаемые в её пространстве нарративы, а также исследован образ автора; представлена классификация нарративов в интернет-пространстве; определены векторы исследования нарративов в цифровой среде.

В **Главе 2** исследуются приемы и средства нарративной организации в интернете, в частности, проводится анализ повествовательной формы; анализ актантной структуры нарративов, лингвопрагматический анализ нарратива как коммуникативного акта, лингвокогнитивный и лингвостилистический анализы нарратива; исследуются особенности различных видов устных и письменных нарративов, которые функционируют в интернет-пространстве.

В **заключении** подводятся основные итоги исследования и формулируются его дальнейшие перспективы.

Библиографический список содержит 261 наименование источников по теме диссертационного исследования (из них 11 — на иностранном языке).

Приложение содержит скриншоты некоторых исследованных текстов. Объём диссертации, не считая приложений, составил 186 с. Общий объём диссертации — 190 с.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОМПЛЕКСНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ МОДЕЛЕЙ НАРРАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

1.1. Современная лингвистическая нарратология как междисципинарное направление в гуманитарном знании

1.1.1. Идеи и принципы лингвистики нарратива в историко-научном и научно-теоретическом освещении

Зарождение интереса к повествовательным текстам связывают с наукой античности, хотя фактически периодом становления нарратологии считается начало второй половины прошлого века, когда под особое внимание исследователей попали языковые явления, связанные с категорией автора и его признаками в тексте. Тем не менее, уже Аристотель говорил о повествовании как об одной из модальностей поэтического подражания, а Платон задумывался о делении повествования на простое повествование и речь персонажа [Женетт, 1998: с. 167—168].

Рождение нарратологии как теории повествования стало следствием обсуждений лингвистами проблем организации художественного текста. Отечественная нарратология во многом основана на концепциях повествовательного текста 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] и др. Кроме того, значительными в нарратологии стали работы Ж. Женетта [Женетт, 1998], А. Греймаса [Греймас, 1979], Р. Барта [Барт, 1977], В. Шмида [Шмид, 2003].

По словам М. М. Бахтина, текст может осмысляться в качестве «диалогически организованного феномена события встречи автора, читателя и героя», как «значимый момент единого и единственного события бытия» [Бахтин, 1986: с. 14]. Им были сформулированы проблемы диалогической природы высказывания, отношений между автором и читателем, автором и

персонажем, а также автора как «сознания, объемлющего весь художественный мир» [там же].

В. В. Виноградовым, напротив, формулируется принцип монологизма, а также постулируется понятие образа автора, что во многом предопределяет вектор исследований повествовательных структур: это «концентрированное воплощение сути произведения, объединяющее всю систему речевых структур персонажей в их соотношении с повествователем-рассказчиком или рассказчиками и через них являющееся идейно-стилистическим средоточием, «фокусом целого»» [Виноградов, 1971: с. 118]. Позиции Виноградова и Бахтина в лингвистике принято либо противопоставлять, либо объединять [Большакова, 1999]. Представители последнего подхода говорят о принципиальном двуединстве образа автора и об относительности различия понятий монолога и диалога.

Изучение структуры повествовательного дискурса, пожалуй, не могло не начаться с Фердинанда де Соссюра: К. Бремон в статье «Структурное изучение повествовательных текстов после В. Проппа» напоминает об исследованиях Соссюром германского эпоса о Нибелунгах. Однако «значение теоретического первоисточника» он отдаёт всё же В. Я. Проппу [Бремон, 2000: с. 239].

Монография В. Я. Проппа стала отправной точкой структурной нарратологии: «Морфология сказки» включает в себя рассуждения о структуре повествовательного текста на примере волшебной сказки, в том числе — соотношение мотива и сюжета, а также функции и роли персонажей [Пропп, 1928]. Позже авторы работ в этой области либо поддерживали метод Проппа, либо отказывались от него [Бремон, 2000: с. 239]. Так, к примеру, в «Структурной семантике» А.-Ж. Греймас продолжил и обобщил выявленные В. Проппом особенности сказочного повествования: он предложил три уровня нарративного дискурса и продолжил рассуждения о функциях персонажей, которые начал именовать актантами [Греймас, 2000].

Интересны взгляды русских формалистов на структуру повествовательного текста — в первой половине XX века выдвигается дихотомия «фабула — сюжет». В этом контексте, в основном, публиковались рассуждения о соотношении этих понятий, а также об их литературности и долитературности. Так, В. Б. Шкловский [Шкловский, 1929] разграничивал понятия сюжета и фабулы, относя первое к явлениям стиля («композиционное построение вещи»), а второе — к явлениям материала («судьба героя, то, о чём написано в книге») [там же: с. 220]. Аналогичной точки зрения придерживался Б. М. Эйхенбаум [Эйхенбаум, 1925]. Б. В. Томашевский, напротив, говорит о литературности фабулы и долитературности сюжета [Томашевский, 1925: с. 136—146]. Кроме этого, В. Б. Шкловский стал основоположником термина «орнаментальная проза» (организованный по правилам лирики прозаический текст) и исследователем его содержания.

Р. Барт в работе «Нулевая степень письма» изложил идею третьего измерения художественной формы, впервые заговорив о письме как повествовательной структуре [Барт, 2008]. В статье «Введение в структурный анализ повествовательных текстов» (1987) Барт обращал внимание на модель предложения, которая является прототипом повествовательного текста: «любой рассказ — это большое предложение, а повествовательное предложение — это в известном смысле наметка небольшого рассказа» [Барт, 2000].

Ц. Тодоров описал нарратив во взаимодействии его семантического, синтаксического и вербального аспектов, а также вывел свою теорию построения нарратива из трёх частей и их пяти шагов [Todorov, 1969]. В его работах привычная для формалистов дихотомия «сюжет — фабула» сменилась на «история — дискурс»: «На самом общем уровне литературное произведение содержит два аспекта: оно одновременно является историей и дискурсом. Оно есть история в том смысле, что вызывает образ определенной действительности... Но произведение есть в то же время и

дискурс... На этом уровне учитываются не излагаемые события, а способ, которым нарратор нас с ними знакомит» [Todorov, 1969, с. 126]. Говоря о важных достижениях Ц. Тодорова, нельзя не упомянуть, что им был разработан и предложен термин «нарратология».

В 1970-е гг. XX в. появляются работы В. Шмида [Шмид, 2003], Х. Уайта [Уайт, 2002], Ж. Женетта [Женетт, 1998] и др.

Труд американского историка Х. Уайта «Метаистория» предопределил нарративный поворот в исторической науке. Считается, что он повлиял на переосмысление факта и вымысла, а также отношения к ним. [Кукарцева, 2008]. Уайтом поставлен вопрос о приоритетах исторической науки: важнее то, что было на самом деле, или то, что его современники думают о прошлом. Кроме того, что наиболее важно для нас, учёный предложил пересмотреть границы между историей и литературой, которые были очерчены его предшественниками [Уайт, 2002].

Э. Бенвенист противопоставил историческому плану сообщения план дискурса, указав на взаимодополняемость этих систем. Рассуждая о формах французского глагола, он определил исторический план в качестве такого способа высказывания, который исключает «автобиографическую языковую форму» — противопоставление *я/ты* [Бенвенист, 1974: с. 272]. Иными словами, исторический текст предусматривает только формы третьего лица. План дискурса Э. Бенвенист понимал достаточно широко: говорящий в этом случае имеет намерение оказать воздействие на слушающего. Историческое повествование есть проявление письменного языка, дискурс — и письменного, и устного, однако возможны и мгновенные переходы из одной системы в другую. Изменения происходят в том случае, когда рассказчик начинает по-своему оценивать актуализуемые им события [там же: с. 276—277].

В дальнейшем идеи Э. Бенвениста развивали Р. Барт, Ц. Тодоров, Ж. Женетт, К. Бремон, которые исследовали нарративные тексты как взаимодействие плана истории и плана дискурса. Ж. Женетт в работе

«Границы повествовательности» указал на то, что в реальности дискурс и повествование не существуют друг без друга: «... в дискурсе почти всегда есть некоторая доля повествовательности, в повествовании известная доля дискурсивности» [Женетт, 1998: с. 296].

На современные нарратологию и лингвистику нарратива оказали влияние идеи Ю. М. Лотмана, Б. А. Успенского и других представителей Московско-Тартусской семиотической школы.

Ю. М. Лотман исследовал различные аспекты событийности повествования, соотношение события и сюжета, а также другие структурные составляющие нарратива [Лотман, 1970].

Важнейшую основу для изучения повествовательных текстов формируют идеи философов языка и нарратива. Так, идеи семиотики истории высказывает Б. А. Успенский: более важно то, как воспринимаются и читаются события, нежели объективный смысл этих событий. Восприятие тех или иных событий как значимых — независимо от того, являются ли они продуктом знаковой деятельности, — выступает в этих условиях как ключевой фактор: то или иное осмысление событийного текста предопределяет дальнейшее развитие событий [Успенский, 1995: с. 11]. В западной философии нарративную философию истории развивает Ф. Р. Анкерсмит. «Язык нарратива показывает прошлое в таких терминах, которые не относятся или не соответствуют частям или аспектам прошлого. В этом отношении нарративные интерпретации походят на модели, используемые дизайнерами одежды для демонстрации достоинств своих костюмов. Язык используется для показа того, что принадлежит миру, отличному от него самого» [Анкерсмит, 2003: с. 122].

Одним из первых систематизированных трудов по исследованию фигуры нарратора называют диссертационный труд К. Фридеманн, где ею описана роль нарратора в эпическом тексте [Pascal, 1977: с. 6].

Идеи о темпоральности нарратива развивал Ж. Женетт [Женетт, 1998]. В разделе «Повествовательный дискурс» его работы «Фигуры» он на

примере текста М. Пруста «В поисках утраченного времени» проводит анализ «временного порядка» — сопоставление исторической хронологии событий и того, в какой последовательности они отражены в повествовании [там же: с. 340—354].

Идеи Ж. Женетта продолжаются В. Шмидом. В «Нарратологии» он рассматривает нарративность в целом и обобщает труды своих предшественников (соотношение сюжета и фабулы, истории и события, уровни коммуникации, типы дискурса в нарративе, позицию повествователя, образ автора и др.) [Шмид, 2003: с. 261—273].

В российской науке на рубеже XX и XXI веков оформляется лингвистика нарратива — её предмет обозначен Е. В. Падучевой как изучение «формальных правил извлечения из повествовательного текста всей той семантической информации, которую получает из него человек как носитель языка» [Падучева, 2010: с. 41].

Лингвистика нарратива активно развивается: изучается коммуникативная природа нарративного текста, исследуются его когнитивные характеристики. Так, работы Е. В. Падучевой и Е. А. Поповой посвящены изучению коммуникативной ситуации нарратива, дейктичности, развитию новых повествовательных форм. Концепция эгоцентрических единиц языка, предложенная Е.В. Падучевой, имеет неоценимое значение для исследования позиции говорящего. Кроме того, ею была предложена классификация типов повествовательных форм, которая сегодня в лингвистике нарратива считается центральной.

Нарративные тексты исследуются по двум направлениям [Шуников, 2006]: 1) теория повествовательных уровней (немецкие учёные Э. Лайбфрид, Ф. К. Штанцель, В. Фюгер, В. Шмид и др.; англоязычные литературоведы С. Чэтман, Н. Фридман, Дж. Манфред и др.; французские структуралисты Ж. Женетт, М. Бал; формалисты Б. В. Томашевский, В. М. Жирмунский; отечественные учёные Б. О. Корман, Б. А. Успенский, Ю. М. Лотман, а также В. В. Виноградов, К. Н. Атарова и Г. А. Лесскис); 2) анализ дискурса

(направление основано на концепциях Т. А. ван Дейка, Х. Перельмана, М. Фуко, М. Пеше и П. Рикёра, а в отечественном литературоведении — на исследованиях М. М. Бахтина, В. И. Тюпы, И. В. Кузнецова, И. В. Саморуковой и др.).

В настоящее время нарратологические исследования расширяются — учёные теперь не ограничиваются только художественной литературой, а учитывают ещё и «повествовательные произведения любого жанра и любой функциональности» [Шмид, 2003: с. 9]. Повествовательная форма удобна для передачи знания о мире, вместе с тем это наиболее простая форма речевого сообщения, поэтому она сосредоточена не только в бытовом общении и поэтических текстах, но и в научном дискурсе [Сахарова, 2020; Троцук, 2006], в кинематографе [Шмид, 2003; Леонтович, 2015], философии и социологии науки [Рорти, 1997].

1.1.2. Объём и содержание научного понятия «нарратив»

Понятия нарратива, наррации и нарративности необходимо разграничивать, поскольку каждое из них имеет важное значение для изучения повествовательного дискурса.

Считается, что эти три элемента входят в структуру нарратива [Белая, 2009]:

1) наррация — акт рассказывания сам по себе;

2) нарратив — совокупность истории, текста и наррации;

3) нарративность — движение сюжета во времени от завязки до финала.

Иными словами, о нарративе можно говорить с позиций тех явлений, которые в него входят: истории как событийной концепции текста, самого текста как совокупности знаков и акта рассказывания как речевого действия.

В науке существует два основных понимания нарративов: структуралистское и классическое. Во всех случаях **в основе нарратива**

лежит нарративность, или событийность, — свойство повествовательного текста, заключающееся в разворачивании повествования от одной обстоятельственной точки во времени и пространстве к другой.

Нарратология и лингвистика нарратива уделяют особое внимание событийности. Например, В. Шмид утверждает, что событийность есть концепция нарративности, характеризующаяся следующими критериями: релевантность изменений (нетривиальные события), непредсказуемость (которая повышает уровень событийности, подразумевая в какой-то степени парадоксальность происходящего), консекутивность (изменения в мировоззрении и жизни персонажа), необратимость (исключает возвращение к ранним точкам зрения), неповторяемость (поскольку, по словам В. Шмида, изменение должно быть однократным) [Шмид, 2003]. В. Ю. Тюпа предлагает в качестве характеристик событийности сингулярность (единственность, однократность, беспрецедентная выделенность некоторой конфигурации фактов из природной неизбежности или социальной ритуальности), фрактальность (отграниченность рассказываемого отрезка жизни, который при рассказывании в свою очередь членится на эпизоды и еще более дробные фрагменты), интенциональность (неотделимость события от сознания), интерсубъективность (возможность раскрытия одним человеческим сознанием для другого смысла события) [Тюпа, 2016].

С точки зрения структуралистов, нарративность свойственна не только вербальным, как принято у классиков, но и другим текстам, способным передать изменения состояний (балет, кинофильм, живопись и т.д.) [Шмид, 2003].

Классики нарратологии предполагали, что для повествования обязательно промежуточное звено между автором и тем миром, о котором он повествует [Ильин, 1999: с. 68—72]. Иными словами, нарративность связывается с присутствием «повествователя» или «рассказчика». Структуралистская нарратология, пришедшая на смену классической,

провозгласила решающим «не столько признак структуры коммуникации, сколько признак структуры самого повествуемого». Нарративность противопоставлена описательности — для первой характерно изложение истории о каком-либо событии [Шмид, 2003: с. 13].

Нарративность может быть осмыслена как через повествуемые события (внутренний универсум), так и через коммуникативное событие рассказывания (внешний универсум), что предопределяет двусобытийность повествовательного дискурса.

Нарратив принято рассматривать в качестве текста, в котором репрезентуется одно или несколько событий. Эти события не просто следуют друг за другом, они обладают структурой, имеют участников (актантов), способны самостоятельно формировать событийную цепочку, а могут быть полностью управляемыми нарратором. Повествование всегда комплексно — оно требует от актантов и рассказчика опыта, знаний, жизненных установок, расширений. [Сыров, 1999: с. 20—26]. Нарратив может выполнять посредническую функцию между реальной жизнью и человеком; в то же время нарратив способен содержать в себе признаки субъективного восприятия рассказчика. Дж. Принс понимал под нарративом «представление, по меньшей мере, двух реальных или же вымышленных событий или ситуаций во временной последовательности, ни одно из которых не предполагает и не вытекает одно из другого» [Prince, 1987: p. 85].

Р. Барт говорил о нарративе как о *рассказывании*: «Оно существует повсюду, во все времена, в любом обществе; рассказывать начали вместе с началом самой человеческой истории; <…> преодолевая национальные, исторические и культурные барьеры, оно присутствует в мире, как сама жизнь». Он отмечал, что художественный текст «обладает структурой, свойственной и любым другим текстам и поддающейся анализу» [Барт, 2000: с. 196—197].

Е. В. Падучева рассматривает понятие «традиционный нарратив», которое она понимает в качестве перволичной повествовательной формы, где

рассказчиком является персонаж и аукториальное повествование...» [Падучева, 2010: с. 204]. Традиционному нарративу противопоставляется свободный косвенный дискурс (СКД), где персонаж выступает аналогом говорящего, а не повествователь, как в традиционном нарративе.

Ю. М. Лотман называет «сюжетные» тексты нарративными, противопоставляя им «бессюжетные» (или «мифологические») тексты, не повествующие о новостях в изменяющемся мире, а изображающие циклические повторы и изоморфности замкнутого космоса, порядок и незыблемость границ которого утверждаются [Лотман, 1970: с. 286—289]. По его словам, событие является стержнем повествовательного текста, а также «перемещением персонажа через границу семантического поля» [там же: с. 282].

Е. А. Попова называет нарративом текст, в котором говорящий устанавливает последовательность событий и рассказа о людях [Попова, 2002: с. 12]. Нарратив у И.В. Алещановой есть «выработанная культурной практикой разновидность речеповеденческого стереотипа, получающую воплощение в форме семиотической репрезентации коллективного или индивидуального опыта и реализующую коммуникативную стратегию координации социальной деятельности» [Алещанова, 2006: с. 39].

Т. Б. Радбилем нарратив характеризуется с помощью трёх начал: 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 [Радбиль, 2017: с. 26—30]. В тот момент, когда событие заимствует признаки (авторизованность, модальность, хронотоп) и интенции рассказчика, оно приобретает нарративную перспективу, а часть воспринимаемой реальности подвергается моделированию через метафоричные переносы.

«Нарратив — это то, что имеет (или чему может быть приписано в режиме воспринимающим сознанием) точку отсчета («начало») и завершенность («конец»), участника / участников («героев»), временную последовательность событий («сюжет»), некую дистанцируемую, имплицируемую, выводимую из изображаемого точку зрения на события («образ автора») и — обязательно — некое дистанцируемое, реальное или воображаемое (моделируемое), имплицируемое или эксплицитное воспринимающее сознание («образ адресата»)» [Радбиль, 2017: с. 30]. Указанное определение используется в диссертации в качестве рабочего.

В зависимости от принадлежности повествователя миру текста выделяются перволичный и третьеличный нарративы. В тексте от первого лица повествователь — часть рассказываемой истории. Реальность здесь концептуализуется через особенности нарраторского восприятия, информация представляется в модальности мнения. В третьеличном нарративе повествовательная форма «создает видимость объективности: мир предстаёт перед читателем как бы сам по себе, никем не изображаемый» [Падучева, 2010: с. 198—201].

Нарратор создаёт вымышленный мир, выдавая его за часть реального — происходит переход события из модуса «реальность» в модус «текст» [Радбиль, 2017]. Такие переходы происходят по двум траекториям: в режиме регистрации реактивного нерефлектируемого интенционального переживания (лирика) и в режиме объективирования (диегезис, нарративность в широком смысле слова).

Язык нарратива состоит из тех же компонентов, что и разговорный, исключение составляют некоторые элементы. Е.В. Падучевой приводится пример с частицами *вот* и *вон*: в то время как *вот* возможна как в разговорном дискурсе, так и в повествовательном, *вон* сигнализирует, что имеет место авторское «лирическое отступление». Язык нарратива, по её мнению, это редуцированный язык, а коммуникативная ситуация при этом неполноценна. «Некоторые существенные единицы разговорного языка не

могут быть употреблены в нарративе, по крайней мере в их первичном значении. Развитие новых повествовательных форм можно рассматривать как способ преодоления ограничений, накладываемых на язык повествования неполнотой коммуникативной ситуации» [Падучева, 2010: с. 199—200].

В 1980-х г.г. XX века переосмысляются границы между историей и литературой, как и взгляды на нарративность — происходит то, что теперь называется нарративным поворотом. Научное понятие нарратива расширилось далеко за пределы литературоведения. К нему стали обращаться с различных сторон: как к одной из форм дискурса, образующей особый «нарративный» тип мышления, как к общей метатеоретической парадигме, как к основе идентичности человека в модернистском обществе и как к метафоре для практической работы [Барский, 2009].

Т. Б. Радбиль отмечает, что современные тенденции требуют семиотической трактовки нарратива, которая заключается в «общем принципе освоения (=концептуализации) мира специфически человеческого типа на основе сущностных свойств, предлагаемых принципами функционирования естественного языка» [Радбиль, 2017]. Интернет-коммуникация, которая исследуется в диссертации, обладает знаковой природой и требует соответствующего типа восприятия, прочтения кодовых структур информации. По этой причине семиотическое толкование, указанное выше, взято за основу.

Понятие нарратива в современном гуманитарном знании не ограничивается вербальным рассказыванием — оно осмысляется гораздо шире. Таким образом, под нарративом в этой работе понимается следующее: 1) тип мышления и способ моделирования реальности (лингвокогнитивное и семиотическое направление); 2) речевое действие (лингвопрагматическое направление); 3) особая коммуникативная ситуация (функционально-стилистическое направление).

1.1.3. Структура нарратива

Подходы к изучению структурности нарратива почти всегда затрагивают его коммуникативные и композиционные стороны. Пользуясь терминологией французской структуралистики, необходимо назвать *уровень предметной манифестации* (он же — повествовательный, акториальный по А. Ж. Греймасу, *рассказывающий дискурс* по К. Бремону; это тот пласт, с которым взаимодействуют автор (во всех ипостасях) и читатель) и *уровень повествовательного синтаксиса* (термин — по А. Ж. Греймасу; *рассказываемая история* по К. Бремону).

Как отмечалось выше, одним из уровней нарратива является **уровень повествовательного синтаксиса.** Один из наиболее известных трудов в области структурной нарратологии принадлежит В. Проппу [Пропп, 1928]. Объектом его исследования была избрана русская сказка — наиболее типичный нарратив, композиционная структура которого описана на основе 1) **сюжетов**, 2) семи групп **персонажей** (действующих лиц) и 3) их **функций**, а также 4) **вспомогательных элементов**. В представлении В. Проппа событийное повествование — это правильное чередование функций — антагониста, дарителя, помощника, искомого персонажа, отправителя, героя, ложного героя. Функции — это типы поступков, их инварианты, повторяющиеся в каждом сказочном тексте в конкретном порядке. Из этих инвариантов складывается фабула сказки. Всего В. Пропп выделяет 31 тип поступков.

А.-Ж. Греймас вслед за Проппом говорит о возможности существования универсальной формулы повествования, но оформляет эту идею иначе. Если В. Пропп эмпирически сравнивает фабулы большого количества волшебных сказок и выводит общую для них структуру, то А.-Ж. Греймас исходит из идей структуралистики — язык и речь структурированы, а в основе каждого текста — в особенности повествовательного — лежит общая модель. Эта же идея развивается

Р. Бартом: повествование строится по модели предложения, поскольку «любой рассказ — это большое предложение, а повествовательное предложение — это в известном смысле не что иное, как намётка небольшого рассказа» [Барт, 2000: с. 200]. Вслед за этим Ж. Женетт, к примеру, показывает, что «Одиссея» резюмируется предложением «Одиссей возвращается на Итаку».

У А.-Ж. Греймаса на уровне повествовательного синтаксиса на основе логических взаимосвязей оппозиций и противоречий фигурируют термины 1) **«актанты»** — классы действующих лиц — и 2) **«функции»**. По его словам, чтобы понять, как организован тот или иной микроуниверсум, достаточно небольшого числа актантных терминов [Греймас, 2000: с. 158]. Во многом Греймас акцентирует внимание на внутренних отношениях персонажей в рамках повествуемого мира.

Говоря о первой паре актантов (Субъекте и Объекте), он приводит семантическое наполнение «желание» (соответствие у В. Проппа: Герой — Искомый персонаж).

Следующие пары актантов, которые описывает А.-Ж. Греймас, — Адресат и Адресант, Помощник и Противник. Первые две наиболее просты для выявления и описания, поскольку они характеризуются синтаксической моделью — оппозиции в тексте легко различимы. Актанты Помощник и Противник описываются через функции: для Помощника функции сводятся к оказанию помощи, способствуют достижению желаемого или облегчают коммуникацию, для Противника функции заключаются в создании препятствий для осуществления желания или передачи объекта коммуникации. А.-Ж. Греймас уточняет, что в некоторых случаях (например, в мифологическом повествовании) роли Помощника и Противника могут выполнять волевые проекции Субъекта (проекции воли к действию, осознаваемых препятствий).

Р. Бартом **функции** (В. Пропп, А.-Ж. Греймас, К. Бремон) принимаются за дистрибутивные единицы, он же вводит дихотомичные

интегративы — **признаки**. Информация об отличительных чертах персонажа или обстановки приводится в нарративе с помощью метафорических отношений, воплощение которых — в признаках.

Ц. Тодоров в работе «Грамматика Декамерона» выделил пять стадий нарратива: 1) стадия равновесия (когда всё происходящее находится в состоянии порядка); 2) стадия дестабилизации (когда равновесие и порядок нарушаются); 3) стадия разрешения проблемы; 4) стадия восстановления порядка; 5) новая стадия равновесия [Todorov, 1969].

Вслед за французскими структуралистами возникает идея экстраполяции синтаксической модели предложения на структуру повествовательного текста. Так, к примеру, О. Н. Турышева [Турышева, 2013: с. 85] указывает на перенесение структурных элементов фразы (субъект, предикат, объект) в следующем ключе: под **субъектом** повествования подразумевается действующее лицо, под **предикатом** — те эпизоды повествования, в которых идет речь о его поступках и приключениях, под **объектом** — то лицо или тот предмет, на который направлена деятельность субъекта действия.

Уровень повествовательного синтаксиса занимает автора в момент творческого акта — он сознательно или бессознательно выстраивает связи актантов и их функций в повествовательном хронотопе. В результате образуется некоторая концепция рассказывания — подобно тому, как происходит любой акт речепорождения. В науке эта концепция связывается с понятиями **фабулы** и **сюжета**.

У формалистов фабулой является вымышленная или реальная история, которая составлена из последовательности событий, а сюжет — это способ изложения фабулы в тексте. Фабула и сюжет, по мнению С. Н. Зенкина, соотносятся как материал и приём. Фабула — это история, а сюжет — это рассказывание этой истории. Отмечают, что сюжет деформирует фабулу, и поэтому делает ее ощутимой, а потому такая дихотомия для исследовательских целей ограничена [Зенкин, 2000]. В. Шмид видит в

разграничении фабулы и сюжета другую проблему: «... дихотомия на практике анализа оказалась трудно применяемой <...> радикальный антисубстанциализм мышления формалистов мешал им увидеть художественную значимость <...> фабулы» [Шмид, 2003: с. 146].

Кроме того, необходимо рассмотреть понятие **фрейма**, которое встречается по большей части в работах по семиотике. Фреймы также могут выступать компонентами содержательной структуры повествовательного текста.

Фрейм, как писал У. Эко, это уже потенциальный текст или концентрат повествования [Эко, 2016: с. 53]. Фреймы состоят из узлов и отношений на двух уровнях: 1) вершинные узлы, которые содержат сведения, всегда справедливые для конкретной ситуации, и 2) терминальные узлы и слоты, которые заполняются данными из конкретной практической ситуации и часто представляются как подфреймы, или вложенные фреймы. [Минский, 1979]. Т. В. Романова называет фреймом объёмный, многокомпонентный концепт, представляющий собой «пакет» информации, знания о стереотипной ситуации [Романова, 2008: с. 82]. Фреймы — это компоненты смысла текста, которые вступают во взаимосвязь как с автором текста, так и с читателем (физическим и абстрактным). Именно от фрейма зависит, как будет интерпретирован текст. В этой связи (что особенно актуально для прецедентной формы интернет-нарративов) говорят об интертекстуальной компетенции и интертекстуальных фреймах — чтение любого текста зависит от опыта читателя по чтению других текстов.

Уровень предметной манифестации, противопоставленный уровню повествовательного синтаксиса, подробно описал Ж. Женетт в трактате «Повествовательный дискурс» [Женетт, 1972]. В центре его внимания оказывается дискурс как система нарративных фигур. Дискурс есть сюжет, и он противопоставлен фабуле. Женетт выделяет несколько позиций: фигуры временного порядка (темп повествования и частотность повторения пресонажей, событий), фигуры модальности (нулевая фокализация, внешняя

фокализация, внутренняя фокализация), фигуры залога (субъекты повествования). Р. Бартом этот уровень назван **нарративной коммуникацией** — он предлагает рассматривать нарратив как речевое сообщение адресанта адресату. Концепцией Ж. Женетта нарратив описан в качестве процесса межуровневой коммуникации, а события и их последовательность объясняется реализацией языковых закономерностей.

Нарративная интрига не сводится к интригам персонажей внутри универсума, а более относится к взаимодействию с читателем через интригу [Тюпа, 2011]. Интрига нарративного высказывания состоит в напряжении событийного ряда, возбуждающем некие рецептивные установки и предполагающем «удовлетворение ожиданий, порождаемых динамизмом произведения» [Рикёр, 1998: с. 30].

Е. А. Ломова [Ломова, 1990: с. 7] говорит о структуре повествования как о соотношении и взаимодействии разных типов повествования, принцип иерархической соподчиненности которых диктуется образом автора. Е. А. Леонтьева определяет нарративную структуру как «совокупность связей <…> или организацию <…> элементов, особая упорядоченность которых и позволяет нам говорить о нарративе как о некой системе, построенной по определенным правилам» [Леонтьева, 2005: с. 23].

В работах Н. А. Николиной выделяются следующие компоненты повествовательной структуры художественного текста: ***тип повествования*, *субъектно-речевой план повествователя и героев* (персонажей), *повествовательные точки зрения и способы их передачи*** [Николина, 2007: с. 102].

В работах В. Шмида нарративная структура подразумевает уровни ***авторской, нарраторской комуникации*** и уровень ***наррации персонажа***.

Кроме того, В. Шмидом выделяются ещё четыре уровня коммуникации: ***литературное произведение*** — внетекстовый уровень (реальные автор и читатель), ***изображаемый мир*** — внутритекстовый (абстрактный автор и абстрактный читатель), ***повествуемый мир***

(фиктивный нарратор (повествователь) как главный субъект речи в произведении и фиктивный читатель — адресат нарратора***), цитируемый мир*** (персонажи произведения, выполняющие функции вставных рассказчиков и адресатов этих рассказчиков) [Шмид, 2003: с. 39—40].

Некоторыми учёными сформулированы идеи, включающие в структуру нарратива смысловые компоненты. Например, по мнению П. Рикёра, нарративный текст характеризуется не только тем, что в нём происходит усложнение конструкции стилистических фигур по сравнению с текстами других типов, но и особым взаимоположением фрагментов описываемых событий. В этом контексте он говорит об интриге в нарративе. «В случае рассказа семантическая инновация заключается в придумывании интриги, которая также является результатом синтеза: посредством интриги цели, причины, случайности сопрягаются во временном единстве целостного, завершенного действия» [Рикёр, 1998: с. 7]. Интрига в его понимании — нарративный посредник. Ею связываются события и вся история в целом, цели, средства, неожиданные обстоятельства. Кроме того, интрига играет важную роль в формировании временной последовательности.

В современной лингвистической науке нарратив представляет собой двухуровневый конструкт уровень предметной манифестации (внешний универсум) — уровень повествовательного синтаксиса (внутренний универсум), с опорой на который будет говориться о структуре интернет-нарративов. Эта позиция обоснована, поскольку такой взгляд отвечает цели и задачам исследования — он даёт возможность проанализировать повествование как внутри, в совокупности его универсумов, так и во взаимодействии с другими коммуникативными субъектами.

1.1.4. Понятие нарративной модальности

Важно провести анализ нарративной модальности в двух аспектах: 1) с точки зрения грамматической категории, которая может быть приложена к

дискурсивным практикам, а также 2) с точки зрения коммуникативного статуса повествования.

1) С точки зрения **грамматической категории**, основной функцией повествовательного текста является изложение фактов, связанных в том числе грамматической категорией времени. Указывается на три режима интерпретации временных форм в нарративе: дейктический (прошедшее время указывает на то, что события произошли до момента речи), нарративный (прошедшее время может совпадать с настоящим) и синтаксический (время определяется по правилам грамматики в зависимости от грамматических форм) [Падучева, 2010: с. 291—293].

Грамматической категорией наклонения в нарративе является индикатив. Нарративная модальность предусматривает возможность излагать более или менее надёжно, с той или иной точки зрения [Женетт, 1998: с. 377].

В. И. Тюпа отмечает, что «между событием и сознанием всегда имеется некоторого рода призма коммуникативного акта вербализации, преломляющая коммуникативная среда изложения», которая шире понятия «точка зрения» и определяется дискурсивной модальностью говорения — «нарративной модальностью» [Тюпа, 2016: с. 88]. Им предлагается рассматривать нарративную модальность в качестве одного из элементов нарративной стратегии наряду с нарративной картиной мира и нарративной интригой. С этих позиций интрига — тип событийности, направленный на адресата, картина мира — референтная компетенция автора, а модальность — позиция нарратора по отношению к рассказываемой им истории.

Говоря о структуре повествования, Ж. Женетт [Женетт, 1998: с. 502] выделяет фигуры, формирующие модальность повествования. Он использует понятие «фокализация» и три его разновидности относительно повествующего субъекта — нулевая, внешняя и внутренняя фокализации. Следует обращать внимание на необходимость различения категорий нарративной модальности и нарративного залога — последним обычно

называют «аспект глагольного действия, где оно рассматривается с точки зрения своего отношения к субъекту».

Проблема определения нарративной модальности сопряжена с проблемой разграничения типов моделирования реальности (регистров). Попытки определения границ нарративности предпринимались ещё Ж. Женеттом: им повествование противопоставлялось формам не-повествования. В. Шмидом, как уже указывалось, нарративность противопоставляется описательности и дескриптивности, её суть заключается в изображении событий [Шмид, 2003: с. 10].

Одним из наиболее дискуссионных вопросов в аспекте отграничения повествовательного от неповествовательного стоит вопрос **соотношения лирики и наррации.**

Нарратив — это наиболее привычный для человека формат хранения и передачи знания о мире, самая простая форма речевого сообщения и самоочевидное средство реализации коммуникативных намерений одновременно. Альтернативный нарративу способ изображения и ретрансляции для других того, что происходит с человеком, — это лирика, взгляд на мир «изнутри». И в художественном тексте, и в обыденном речевом взаимодействии нарратив и лирика как разные формы мыслительной интерпретации реальности могут органично сосуществовать, взаимодействовать и переплетаться в пределах одного фрагмента дискурса в зависимости от выбора говорящим той или иной позиции по отношению к изображаемому, от характера его интенций в тот или иной момент.

С лингвопрагматических позиций, нарратив противопоставлен лирике, поскольку он репрезентативен, иногда — выражает нарраторскую оценку события [Кваскова, 2018: с. 334—336]. Лирика же перформативна, «её задача — вырвать сознание из плена дискурсивного мышления, взорвать линейность и синтагматичность речи <…> подняться над временем и пространством обыденности» [Радбиль, 2019: с. 175]. Повествование выстраивается через мировосприятие автора, выражая типовые

коммуникативные намерения. К примеру, действенность нарратива как манипулятивного приёма объясняется риторикой с тех позиций, что повествовательные речевые акты — всегда наиболее сильные и надёжные доводы [Луканина, 2014]. Лирика — результат интроспективного преобразования «внешнего» во «внутреннее»; интенциональность в лирической форме чаще упрятана в импликатуры — скрытые или косвенные смыслы.

В современной лингвистике взгляды на соотношение нарративности и лиричности разнятся. В. Шмид допускает их взаимопроникновение, указывая на орнаментальную прозу — прозаический текст с поэтическими компонентами [Шмид, 2003: с. 106]. В. Ю. Тюпа называет лирику перформативной в противоположность нарративным репрезентациям: «Субъект перформативного слова не свидетель событийного действия и не рассказчик о нем, а сам действователь» [Тюпа, 2012: с. 11]. Нарративной считает лирику Л. В. Татару, аргументируя тем, что, во-первых, лирические произведения рассказывают о событиях; во-вторых, «события эти опосредуются мыслями и / или голосом лирического героя или нарратора»; и, в-третьих, восприятием стихотворения она называет «результат реконструкции читателем ментальной репрезентации истории, отражающей опыт ее переживания героем» [Татару, 2013]. А. А. Чевтаев, критикуя такой исследовательский подход, тем не менее, признаёт возможность наррации в лирике [Чевтаев, 2013].

Выше уже отмечалась двусобытийность повествования, которая считается основополагающим признаком нарративности. В. И. Тюпа считает, что тексты, которые не могут быть охарактеризованы двумя событиями — внутренним и внешним по отношению к тексту, — должны назваться анарративными [Тюпа, 2011]. Дискуссионен и вопрос о событийности (или бессобытийности) **мифа**. О. М. Фрейденберг утверждала, что миф «доповествователен» [Фрейденберг, 1978: с. 228]: «Мифов-нарраций никогда не было и не могло быть; оттого они и не дошли до нас в непосредственной

форме. Такие мифы-рассказы имеются только в учебниках по мифологии; если же их связная сюжетная цепь воспроизводилась древними писателями <…> то потому, что к этому времени наррация давно функционировала». По её мнению, в мифе рассказчик существует без отрыва от рассказа, а в последнем «нет различия между тем, кто рассказывает, что рассказывается, кому рассказывается» [там же: с. 211].

Ю. М. Лотман полагал, что миф вовсе не являет события, он сводит «мир эксцессов и аномалий, который окружал человека, к норме и устройству» [Лотман, 1973: с. 11—12].

В настоящем диссертационном исследовании за основу берётся толкование мифа в качестве информационной структуры, наполненной определённым ёмким содержанием [Бурова, 2000: с. 146]. Иными словами, миф — это фрейм, который может быть включён в повествование в разном объёме.

Т. Б. Радбилем разработаны постулаты, позволяющие при исследовании художественных текстов отличать нарративное от ненарративного: 1) постулаты возможности нарратива (предварительные условия наррации: постулаты детерминированности, общей памяти и общего опыта, тематичности, автора, адресата, косвенного речевого акта / идиоматичности); 2) постулаты реализации нарратива (требования содержательности наррации: постулаты информативности / нетавтологичности, акциональности, референциальной однозначности, семантической однозначности, интенциональности / мотивированности); 3) постулаты структуры нарратива (правила рассказывания историй: постулаты инициальности, сюжета, событийности, неполноты описания / имплицитной связности, метатекста) [Радбиль, 2017].

2) С точки зрения **коммуникативного статуса,** нарративная модальность может быть рассмотрена через компетенцию рассказчика — нарратора.

В. И. Тюпа выделяет четыре последовательных исторических типа нарративных стратегий:

1) прецедентная картина мира + модальность знания + мифологизированная интрига;

2) императивная картина мира + модальность убеждения + интрига долженствования;

3) окказиональная (анекдотического типа) картина мира + модальность частного мнения + авантюрная интрига приключения. Стратегия характеризуется «введением не аукториального (аналогичного автору), а фигуративного нарратора: персонажа с ограниченным кругозором, пристрастного рассказчика, персонифицированного хроникера, метапоэтического образа автора».

4) «вероятностная» картина мира + модальность «интерсубъективного понимания» + «эвристическая интрига идентичности» [Тюпа, 2018: с. 163].

Рассмотрим четыре типа нарративной модальности: нейтральное знание, авторитарное убеждение, частное мнение и понимание.

Нарратив-знание актуализует позицию всеведущего (экзегетического) нарратора, который находится вне истории. По мнению В. И. Тюпы, рассказчик сегодня может лишь имитировать беспристрастное знание, поскольку формирующая эту модальность нарративная картина мира прецедентна. Знание в таком нарративе не подлежит верификации, поскольку оно не коррелирует с понятием истины — нарратор выполняет функцию исполнителя текста.

Нарративная модальность **убеждения** предполагает «императивное, монологизированное слово» (прототип — притча). Нарратор и читатель здесь получают новые роли, не теряя старых: убеждающий и убеждаемый (в терминологии Тюпы применительно к притче — поучающий и поучаемый). Нарратор обладает интенцией и выстраивает коммуникативные стратегии, пытаясь достичь результата, — убедить читателя в чём-либо.

Нарратив-мнение (прототип — анекдотический текст) — недостоверное знание, не подлежащее верификации. По словам В. И. Тюпы, «нарративная модальность мнения предполагает противоположную знанию, очевидным образом персонифицированную позицию фактической или, по крайней мере, эмоционально-волевой (ценностной) поглощенности течением событий» [Тюпа, 2016].

Модальность **понимания** (постигания, вникания) не субъективна, в отличие от мнения, — интерсубъективна. Говоря о понимании, Тюпа приводит в пример биографический дискурс. Модальность понимания персонифицирована и обусловливает диалогизацию дискурса.

Нарративная модальность — это та система принципов и воззрений, которые отображаются в тексте и его элементах. Прежде всего, она показывает речевую компетенцию рассказчика. Наиболее близкой к нарративности в современной поэтике оказывается лиричность — альтернативный способ когнитивного моделирования реальности, однако дальнейшее исследование (см. вторую главу) показало, что различные по форме виды интерпретации реальности могут вполне гармонично переплетаться в дискурсивных практиках и решать задачи коммуникативного взаимодействия.

1.1.5. Типы повествования

Форма повествования всегда обусловлена типом рассказчика и зависит от его выраженности в тексте. Различные точки зрения на изображаемые события выражаются в повествовательных типах, характеризующихся разной степенью субъективности, с одной стороны, и разной степенью приближения к объекту изображения, с другой [Кожевникова, 1994: с. 3].

В современной лингвистике нарратива выделяют два основных типа повествования, которые могут существовать в тексте как отдельно, так и переплетаясь друг с другом: от лица рассказчика (аукториальное) и от лица

персонажа (акториальное). Повествовательная инстанция почти всегда оказывается осложнённой соединением точек зрения, поэтому деление относительно. Нарратив приобретает признаки акториальности, если рассказчик актуализирует близкую персонажу точку зрения, или аукториальности — если используется нарраториальная точка зрения.

Н.А. Николиной рассматриваются три потенциальных разграничительных признака классификации форм (типов) повествования. Во-первых, противопоставляются **перволичное** и **третьеличное** повествования, отличающиеся друг от друга «способом изложения, характером образа повествователя и, соответственно, особенностями проявления таких признаков, как субъективность / объективность, достоверность / недостоверность, ограничения изображаемого пространственно-временной точкой зрения повествователя / отсутствие этих ограничений» [Николина, 2007: с. 100]. Во-вторых, на основании оппозиции «устное, социально-характерное — книжное» в противоположность всем остальным формам повествования выделяется **сказ**, предполагающий наличие слушателей и стилизацию различных форм устного бытового повествования. В-третьих, «признаком, способным служить основанием для классификации типов повествования, является признак субъективности / объективности, связанный с отражением в структуре повествования «голосов» и точек зрения персонажей. **Объективным** повествованием традиционно признается повествование, в котором доминирует авторская речь и господствующей является точка зрения повествователя, от него отграничивается **субъективизированное** повествование (повествование, включающее «голоса» персонажей, содержащее более или менее развернутый субъектно-речевой план других героев)» [Николина, 2007: с. 101].

Традиционное повествование противопоставляется свободному косвенному дискурсу (СКД). По мнению Е.В. Падучевой, если в традиционном повествовании аналог говорящего — повествователь, то в

СКД эту роль играет персонаж. Персонаж смещает рассказчика, забирая эгоцентрические элементы языка, находящиеся в его распоряжении. Связность СКД основана на сложном сочетании голосов разных персонажей и голоса повествователя.

Коммуникативная ситуация, лежащая в основе СКД, — это не связь рассказчика и читателя, как в обычном повествовании (рассказчик говорит, читатель «слушает»), но связь персонажа и читателя (читатель наблюдает за внутренним состоянием персонажа). Лотман указывал, что в несобственной прямой речи — как правило, это признак СКД — не различаются речь и внутренняя речь (мыслью) [Падучева, 2010: с. 214].

Отнесение художественного текста к той или иной повествовательной форме, как отмечает Е. В. Падучева, производится условно: речь идёт о пропорциях [там же: с. 207], поэтому промежуточные формы повествования имеют место быть. Например, К. Н. Атаровой и Г. А. Лесскис выделяются два случая перволичной наррации: во-первых, когда повествователь равен персонажу (**специфическое** значение), во-вторых, когда повествователь является очевидцем или передаёт чужую информацию (**переходное** значение) [Атарова, Лесскис, 1976: с. 343—256]). Также ими выделяются и два случая третьеличной наррации: во-первых, персонифицированный автор знает персонажей или их знакомых, но сам в событиях не участвовал, во-вторых, персонифицированный автор отсутствует, а события репрезентуются центральным персонажем [Атарова, Лесскис, 1980: с. 33—46].

Е. А. Попова использует термин **«несобственно-прямой дискурс»**, под которым понимает «нетрадиционное повествование <…> с неперсонифицированным повествователем, который, зная все, своего всезнания не показывает, а, напротив, старается быть незаметным, пропускает на передний план героя» [Попова, 2005: с. 10]. К. А. Щукина называет рассказывание, при котором «восприятие персонажа является фильтром, пропускающим изображаемое», термином **«субъективированное**

повествование» [Щукина, 2004: с. 6] и относит к нему перволичную форму, СКД и субъективированное повествование от 3 лица [там же: с. 7].

У. Бут различает позиции биографического автора, имплицитного (подразумеваемого) автора, повествователя [Booth, 1968: с. 54]. В концепции Ж. Женетта [Женетт, 1998] биографический автор и повествователь также не совпадают. Повествователь определяется категорией залога, он может быть или не быть персонажем. Для определения повествовательной инстанции Женеттом используются вопросы «Кто видит?» и «Кто говорит?». Его идея в том числе в том, что существует три вида фокализации: нулевая, внешняя и внутренняя.

Нулевая фокализация характеризует классический нарратив со всеведущим повествователем («богом»), обладающим абсолютным знанием о моделируемом мире и его персонажах, в том числе и об их мыслях и чувствах. Такой рассказчик способен быть всегда и везде. Объём знаний читателя, который передаётся ему в нарративе, превышает объём знаний персонажей.

Внутренняя фокализация позволяет читателю взглянуть на мир с точки зрения персонажа. Информация о мире приобретается читателем через систему субъективных оценок героя. Объём знаний читателя оказывается равным объёму знаний персонажа.

Внешняя фокализация предоставляет возможность взглянуть на персонажа при помощи объективной точки зрения — объём знаний персонажа больше, чем читательский.

В концепции Б. А. Успенского за основу берётся термин «точка зрения», которая учитывает и повествовательные инстанции, и композицию текста [Успенский, 1995, с. 109–135]. Автор противопоставляет **«внешнюю»** (изображение мира с позиции постороннего человека) и **«внутреннюю» точки зрения** (изображение мира с позиции всеведущего автора).

Б. О. Корманом различаются **«субъект речи»** и **«субъект сознания»** [Корман, 1972: с. 10—12].

В. Шмид рассуждает о двойственности повествовательных инстанций в нарративе: «Повествовательное произведение — это произведение, в котором не только повествуется (нарратором) история, но также изображается (автором) повествовательный акт. Таким образом, получается характерная для повествовательного искусства двойная структура коммуникативной системы, состоящей из авторской и нарраторской коммуникаций, причем нарраторская коммуникация входит в авторскую как составная часть изображаемого мира» [Шмид, 2003: с. 34]. Кроме того, В. Шмидом введено понятие «абстрактного автора», под которым предполагается образ создателя текста. По его словам, «высказывания персонажей и нарратора выражают персональное или нарраториальное содержание и тем самым способствуют выражению смыслового замысла абстрактного автора» [там же: с. 33].

В. И. Тюпа рассуждает о виртуальной повествовательной инстанции, которую нельзя смешивать с нарратором, а также с реальной биографической личностью — писателем, физическим автором. Вместо термина «абстрактный автор» он использует термин «имплицитный автор»: «автор художественного высказывания (даже в лирике) не речевой субъект, а субъект эстетический. Он не тот, кто говорит с нами, а тот, кто слышит говорящего (лучше нас), кто до конца понимает и ценит его и направляет своим пониманием. <...> Именно имплицитный автор (эстетический субъект) является носителем подлинного смысла произведения как высказывания нарратора. Сам же нарратор бывает как близок в этом отношении к автору (в “Войне и мире”, например), так и далек от понимания подлинного *смысла* своей истории. <...> Виртуальная инстанция имплицитного автора — гарант единого художественного смысла (при множестве возможных значимостей для множества воспринимающих) [курсив автора]» [Тюпа, 2016: с. 33—34].

1.1.6. Нарратив как коммуникативный акт: прагматика нарратива

Прагматика нарратива в аспекте его речевых, коммуникативных и дискурсивных характеристик требует особого внимания в этом исследовании. Безусловно, избрание говорящим нарративного регистра при речепорождении связано с двумя обстоятельствами. Во-первых, нарративность оживляет текст, в какой-то мере придаёт ему выразительность, что важно при коммуникативном намерении воздействовать на адресата (или без такого намерения). Во-вторых, нарратив позволяет гармонично встраивать речевые эмоции вне зависимости от их приятности или неприятности для адресата.

Р. Барт писал: «Известно, что в пределах языковой коммуникации я и ты предполагают друг друга с абсолютной необходимостью; равным образом не может быть рассказа там, где нет повествователя и слушателя (читателя)» [Барт, 2000: с. 220].

С помощью нарратива выстраивается диалог автора (отправителя) с адресатом (получателем) — взаимодействие осуществляется как между ними, так и между адресатом и текстом. Современная лингвистика интерпретирует отношения автора и читателя как интерактивное межличностное взаимодействие. Нельзя не учитывать, что художественный текст усложняется в связи с появлением и развитием новых форм коммуникативного взаимодействия (текст меняет устность на письменность и наоборот в зависимости от тенденций интернет-общения). Читатель стал менее искушённым — он требует присутствия в тексте автора, активного с ним взаимодействия. Автор, в свою очередь, находясь под властью тех или иных интенций, стремится регулировать восприятие читателем его истории, устанавливает с ним контакт в попытках задержать внимание (особенно — в блогодискурсе). Современное коммуникативное пространство в интернете «тоталитарно» — автор борется за читателя с другими авторами.

Говоря в общем, нарративной коммуникации могут быть приписаны характеристики из лингвопрагматики: к примеру, анализ иллокутивной силы и перлокутивного эффекта помогает определить тип речевого действия

говорящего. Читатель волен выбирать самостоятельно, в каком ключе реагировать на высказывание, но любой речевой акт — в том числе и нарратив — рассчитан на определённую модель адресата, вступающего в коммуникативное взаимодействие «в определенном своём аспекте, амплуа или функции, соответствующей аспекту говорящего» [Арутюнова, 1981: с. 357—359].

Адресованность повествования способна повлиять на структуру текста [Кожевникова, 1994: с. 41]. В одних случаях с помощью обращений к читателю создаётся «иллюзия общения», а в иных — предполагаемые реплики определяют развитие мысли (вопросы, обращения создают т.н. диалогическую рамку).

Физический автор создаёт текст, моделируя вокруг события реальность. Поскольку последняя воспроизводится почти всегда через призму личного опыта автора, сообщается субъективная оценка события.

К фигуре автора поэтического текста регулярно обращаются лингвисты и литературоведы. Так, Н.М. Карамзин в работе «Что нужно автору» указывал: «Творец всегда изображается в творении и часто — против воли своей. Тщетно думает лицемер обмануть читателей и под златою одеждою пышных слов сокрыть железное сердце…» [Карамзин, 1964: с. 120].

Когда ставится задача описания семантики и функционирования языка в произведении, можно говорить лишь об аналогах говорящего. Отождествлять роль автора-создателя с ролью говорящего категорически нельзя по ряду причин. Во-первых, нарратив характеризуется неполноценной коммуникативной ситуацией: читатель не взаимодействует с создателем текста напрямую — только с его отражением в тексте. У автора и читателя нет единого представления о поле зрения или моменте времени. Во-вторых, в основе нарративизации лежит идея моделирования новой действительности [Падучева, 2010: с. 201—202].

М. М. Бахтин разделял автора как реальное историческое лицо и автора как эстетическую категорию, но первостепенной функцией автора считал

построение текста: «...его индивидуализация как человека есть уже вторичный творческий акт читателя, критика, историка, независимый от автора как активного принципа видения» [Бахтин, 1979: с. 191]. Он также вводит в парадигму литературоведческих исследований новый подход к осмыслению вопроса об авторе произведения, базирующийся на различающихся между собой художественных воплощениях личностного начала в создаваемом тексте.

В. В. Виноградов определяет его как конструктивный принцип построения и организации текста [Виноградов, 1971: с. 118]. В работе «О теории художественной речи» он пишет, что «...образ автора — это не простой субъект речи, чаще всего он даже не назван в структуре художественного произведения. Это — концентрированное воплощение сути произведения, объединяющее всю систему речевых структур персонажей в их соотношении с повествователем, рассказчиком или рассказчиками, и через них являющегося средоточием, фокусом целого. <...> Рассказчик — речевое порождение автора, и образ рассказчика <...> — форма литературного артистизма автора. Образ автора усматривается в нем как образ актёра в творимом им сценическом образе». В. В. Виноградов также отмечал, что разграничение автора и рассказчика важно, но художественный текст ограничивает возможность исследователю говорить о реальном писателе и его личности — его невозможно выявить в тексте текста, хотя образ автора зависит от мировоззрения и эстетических установок реального писателя, а также, по мнению Л. Я. Гинзбурга [Гинзбург, 1977, 1979], тесно связан и с историко-культурным контекстом.

По Е. В. Падучевой, в нарративе нет полноценного говорящего, поскольку нет и общего для него и адресата момента речи. Говорящего как лицо замещает в нарративе повествователь или персонаж [Падучева, 2010]. Аналогом говорящего служат категории, обозначаемые синонимичными терминами: образ автора и повествователь. Е. В. Падучевой разграничиваются диегетический (эксплицитный) и экзегетический

(имплицитный) повествователи. Диегетического повествователя также можно назвать **рассказчиком** («Метель» А. С. Пушкина, «Мастер и Маргарита» М. А. Булгакова), тогда как экзегетический повествователь рассказчиком не является («Пиковая дама» А. С. Пушкина). Главное свойство экзегетического повествователя в том, что он не существует ни в одном модусе. Однако в нарративе могут присутствовать одновременно оба повествователя («Крыжовник» А. П. Чехова) [Падучева, 2010: с. 200—206].

Кроме того, среди экзегетических повествователей различают всезнающих и прагматически мотивированных (оговоримся, что это противопоставление возможно и для диегетических рассказчиков).

Субъект речи может быть представлен в следующих формах: **говорящий как субъект дейксиса** ("точка отсчета" координат и основа референции), **говорящий как субъект речи**, **говорящий как субъект сознания** (в высказываниях, где присутствует эмоциональные, оценочные, волевые компоненты), **говорящий как субъект восприятия** (при глаголах восприятия, например, "заметить", "слышать" и другие) [Падучева, 2018]. Если в устной речи субъект (говорящий) очевиден, то в письменном речевом произведении, ввиду неполноценности коммуникативной ситуации, может быть только аналог говорящего, которым является не сам автор, а образ автора или повествователь.

Часто указывается на трёхчленную иерархию компонентов авторизации: **производитель речи — субъект повествования — образ автора** [Валгина, 2004: с. 59]. В качестве производителя речи выступает непосредственный исполнитель — тот, кто пишет, сочиняет, облекает в вербальную форму. Исполнитель имеет конкретную цель или задание, сопровождающиеся определённой мотивацией, — написать статью для публицистического издания или пост в социальной сети, подготовить текст для подкаста. Он волен выбирать языковые средства для экспликации модальности (местоимения 1 или 2 лица, модальные глаголы, оценочные лексемы и т.д.).

Идейно-стилевых начал в повествовании придерживались А. Н. Соколов и Г. К. Гуковский. А. Н. Соколов понимал образ автора как «...самостоятельное условие художественного и, в частности, стилевого образования. Личность придает стилю индивидуальное своеобразие, но осуществляет это непосредственно и не помимо факторов, а через посредство всех тех факторов, которыми определены основные черты художественной оригинальности. Своеобразие, придаваемое стилю творческой личностью, как бы наслаивается на своеобразие, создаваемое стилеобразующими факторами» [Соколов, 1968: с. 156]. Г. К. Гуковский также связывал анализ мировоззрения автора со стилем текста [Гуковский, 1965: с. 8].

В ситуацию общения кроме отправителя вступает **получатель информации**. Адресат предполагается отправителем, именно ему направлено сообщение и его имели в виду. Реципиент — получатель по факту, о котором отправителю может и не быть известно [Шмид, 2003: с. 39].

На обязательность адресованности нарратива указывается Т. Б. Радбилем: «Это обстоятельство объясняет коммуникативную природу нарративности и нарратива, возвращает реальный смысл внутренней форме этого понятия (narrare — по-латыни значит «рассказывать (разные истории)», т.е. рассказывать обязательно кому-то)» [Радбиль, 2017: с. 30].

Концепция структуры повествования В. Шмида, как уже было сказано, предполагает одновременное участие в нарративной коммуникации трёх типов адресанта: реального читателя, абстрактного читателя и фиктивного читателя (наррататора). В самом тексте присутствует фиктивный читатель (образ читателя) — с ним взаимодействует образ автора. Его выявленность зависит от выявленности нарратора: чем более выявлен нарратор, тем сильнее он способен вызвать определенное представление об адресате [Шмид, 2003: с. 100]). Взаимодействие фиктивных нарратора и читателя в речи эксплицировано через установку на адресата — это использование контактоустанавливающей и контактоподдерживающей лексики, форм второго лица.

Поведение читателя программируется взаимным расположением событий и эпизодов повествования, порядком поступления фактической информации, сокрытием ключевых фактов, которые могут объяснить внутреннюю логику повествования [Арутюнова, 1981: с. 366].

Актуальным является и вопрос о понимании повествовательного текста. Как писал Ю. М. Лотман, между пониманием и непониманием художественного текста оказывается обширная промежуточная полоса. Разница в толковании произведения искусства — явление повседневное и <…> органически свойственно искусству; с этим Ю. М. Лотман связывает «способность искусства коррелировать с читателем и выдавать ему именно ту информацию, в которой он нуждается и к восприятию которой он подготовлен» [Лотман, 2001: с. 35]. Опыт читателя, его фоновые знания и психологические особенности всегда влияют на восприятие им текста.

Таким образом, нарративная коммуникация представляет собой взаимодействие говорящего и читателя, которое всегда является опосредованным. Читатель взаимодействует не с реальным говорящим, а с замещающим образом, который зависит от мировоззренческих установок отправителя текста. Субъект речи может быть представлен в качестве субъекта дейксиса, субъекта сознания и субъекта восприятия. Читатель также представляет собой абстрактный образ, включающий в себя реального, абстрактного и фиктивного получателя сообщения.

1.2. Нарратив в пространстве современного русскоязычного интернета: особенности коммуникативной и языковой организации

1.2.1. Особенности рассказывания в интернете

Коммуникация в интернете является специфической дискурсивной практикой со своими правилами и условиями. Канонические говорящий и слушающий не всегда присутствуют в контексте общения в своём

непосредственном облике, к тому же момент речи чаще всего не совпадает с моментом восприятия (за исключением общения в чате).

Почти все сферы деятельности человека на сегодняшний день погружены в цифровую среду, что, несомненно, привело к появлению новых форм коммуникативного взаимодействия. Механизм речепорождения и специфика речевого общения в интернете остаются малоизученными, выявление языковых закономерностей становится всё актуальнее. Несомненно, формы интернет-нарративов имеют свои особенности, детерминированные средой их функционирования — они существуют в несколько изменённом или усечённом виде.

Влияя на индивидуальное восприятие и общественное мнение, интернет-дискурс (в который всё активнее проникают нарративные стратегии) формирует информационную картину мира. Медийные нарративы претерпевают структурные изменения — чем удобнее для восприятия материал, чем быстрее его можно освоить, тем больше вероятности, что он будет прочитан. На передний план выходит то, что способно привлечь внимание — то, что удивляет.

Е. И. Горошко и Л. В. Павлова отмечают, что функционирование текста в условиях интернет-коммуникации и те изменения, которым подвергается структура текста, стали объектом изучения как в отечественной, так и в зарубежной лингвистике. В основном это изучение идет по лингвостилистическому, психолингвистическому, лингвокультурологическому направлениям, а также в области гипертекстовой структуры текста, его коммуникативных свойств и проблемы семиотически осложнённого текста [Горошко, 2015: с. 123].

С развитием интернет-коммуникации категория авторства преобразуется в категорию соавторства и соредактирования (автор текста становится его редактором при одновременном авторстве других) [Горошко, 2012: с. 21—23].

Зачастую применительно к интернет-коммуникации используют термин «медиатекст». Под ним понимается интегративный многоуровневый знак, объединяющий в коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные, медийные) и демонстрирующий принципиальную открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях [Казак, 2012].

Е. И. Горошко отмечает следующие признаки текстов, характерные для интернет-коммуникации: полифоничность, гипертекстовые и интерактивные возможности, анонимность, дистантность, физическая непредставленность, замещённый характер общения, эмоциональность, добровольность и желательность контактов [Горошко, 2007: с. 230].

Н. Г. Асмус к признакам интернет-текстов относит диалогичность, наличие категории авторизации с чётким субъектом, включённость в социальную деятельность, особый характер авторства, совмещение категорий автор—читатель, снятие временных и пространственных ограничений, статусное равноправие участников, формирование обще картины мира, неограниченность в выборе языковых средств [Асмус, 2005: с. 10]. Ею выделяются жанры в интернете: электронная почта, чат, форум (или виртуальная конференция), электронные доски, домашняя страница (home-page), различные игры и развлекательные проекты [там же].

Кроме того, некоторые учёные говорят о новой функциональной разновидности языка — языке интернета (А. А. Атабекова, Е. И. Горошко, Л. Ю. Иванов, Ф. О. Смирнов, Г. Н. Трофимова). Аргументируя эту позицию, они приводят следующие причины его обособления от устной и письменной речи: 1) специфическая, отграниченная сфера коммуникации, всегда опосредованная техническими средствами; 2) специфическая коммуникативная цель, например, фатическая — общение ради общения; 3) язык интернета стал основой для возникновения новых жанров и жанровых форматов, а также для виртуального жанроведения; 4) специфические языковые средства, образующие единый прагматический комплекс [Иванов,

2003]. Кроме того, в интернет-языке активно происходят трансформации: смешиваются речевые стратегии в блогах, чатах, аккаунтах, генерируется особый сленг, элементы которого легко переходят в общеупотребительный пласт лексики, часто используются языковые игры. Интернет-тексты характеризуются высокой степенью креолизации, динамичности, интерактивности, интер- и гипертекстуальности [Горошко, 2009: с. 111—127].

Таким образом, к основным характеристикам интернет-нарратива относятся следующие:

1) публичность — интернет-нарративы ориентированы на большую аудиторию, большая часть текстов открыта для всех пользователей, способных воспринять и интерпретировать код;

2) поликодовость — объединение различного вида связями разнообразных компонентов (текстовых, визуальных, аудио- и видеокомпонентов);

3) интертекстуальность — результат взаимодействия нескольких текстов, благодаря которому авторы текстов могут ссылаться и указывать на другие тексты;

4) опосредованность — коммуникация разорвана во времени и пространстве.

5) диалогичность;

6) событийность — в тексте репрезентуются одно или несколько событий;

7) нарративная модальность.

Каждая из характеристик требует более подробного рассмотрения.

1) Публичность. Интернет-нарративы в своём большинстве публичны. Такие тексты имеют адресатом большое количество людей и могут быть нацелены на оказание влияния на общество или его часть.

Публичность может иметь лингвистический характер (текст оказывает влияние на пользователей / подписчиков страницы и коммуникативно

обращён к некоторому количеству людей) и экстралингвистический характер (нарратив опубликован в соответствии с настройками приватности, о которых автору может быть как известно, так и нет).

В связи с тем, что письменный текст является результатом речевой деятельности автора (а это подразумевает его осознанность и целенаправленность), опубликование нарратива предполагает его осмысление говорящим — в большей или меньшей степени. Пользуясь терминологией и знаниями юриспруденции, которая долгое время изучает осознанность при совершении деяний, и одновременно принимая опубликование нарратива за речевое деяние (расширенное понимание речевого акта?), мы можем говорить о следующих формах:

1) легкомысленное опубликование (адресант предвидел последствия такого опубликования текста и совершения коммуникативного акта, подразумевал его прочтение всеми возможными адресатами в конкретных условиях приватности),

2) небрежное опубликование (адресант не подозревал о том, что его текст может дойти до адресата и произвести какой-либо перлокутивный эффект, однако его психологическое состояние было в полном порядке) и

3) ненадёжное опубликование (по аналогии с ненадёжным нарратором — адресант вследствие состояния своего рассудка (психическое заболевание, шок, химическое опьянение) не задумывался о том, что сообщение достигнет цели в коммуникативном акте, и о том, что возможен перлокутивный эффект).

Признак осознанности / неосознанности справедлив как в случае перволичной, так и третьеличной наррации.

Кроме того, публичный нарратив характеризуется и подготовленностью (в отличие, например, от форм речи в интернете, близких «потоку сознания»), и спонтанностью (эмоциональные посты, комментарии к постам «сгоряча»).

Тексты интернет-коммуникации зачастую являются гибридными. Так, к примеру, применительно к ним встречаются словосочетания «публичная интимность» и «анонимная публичность» [Кронгауз, 2009]. В интернете сочетается «письменный по форме и устный по существу характер обмена высказываниями» [Кукушкина, 2014: с. 191].

Кроме прочего, разумеется, что автор может питать иллюзии относительно того, насколько публична его речь.

Публичный адресат может быть как «своим», так и «чужим». Тексты, адресованные «своим» и «чужим», отличаются набором коммуникативных целей. Так, если «своих» чаще пытаются убедить, то «чужих» — чаще обвинить, обидеть, принудить. Тексты, обращенные к потенциально «своим», обычно направлены на изменение взглядов адресата, на убеждение, пропаганду. В текстах для несомненных единомышленников гораздо меньше убеждения: здесь преобладает описание программы действий и побуждение к ним [Кукушкина, 2014: с. 187].

С помощью настроек приватности, которую способен регулировать владелец страницы или аккаунта, адресант имеет доступ к варьированию степени публичность того или иного текста, нарратива. Существует несколько разновидностей публичности в социальных сетях:

1) полная — владелец аккаунта может разрешить публичное прочтение текста вне зависимости от того, имеет ли читатель собственную страницу в этой социальной сети, текст можно найти с помощью поисковых систем по ключевым словам;

2) неполная — владелец аккаунта разрешает доступ к тексту только своим подписчикам (или «друзьям»), текст недоступен в поисковых системах;

3) локальная — владелец аккаунта разрешает доступ к тексту только пользователям этой социальной сети, текст недоступен в поисковых системах;

4) избирательная — владелец аккаунта разрешает доступ к тексту только избранным пользователям из числа подписчиков (друзей), текст недоступен в поисковых системах.

2) Поликодовость. Вербальные и аудиовизуальные средства передачи информации образуют в своей совокупности поликодовый (креолизованный) текст. Эти средства, взаимодействуя, обеспечивают целостность и связность произведения, его коммуникативный эффект [Валгина, 2003: с. 127].

Р. Барт полагал, что «текст создается, вырабатывается путём нескончаемого плетения множества нитей» [Барт, 1989: с. 515]. О том, что при изучении коммуникации внеречевые средства (креолизующие элементы) должны анализироваться в аспекте их структуры и функций, писал Р. О. Якобсон: «Хотя среди всех сообщений, используемых при человеческой коммуникации, речевые сообщения играют доминирующую роль, мы все равно должны принимать во внимание и остальные виды сообщений, употребляемые в человеческом обществе, и исследовать их структурные и функциональные особенности, не забывая, однако, что для всего человечества первичным средством коммуникации является язык и что такая иерархия коммуникативных средств необходимо отражается на всех остальных, вторичных типах сообщений, передаваемых человеком, и вызывает того или иного рода зависимость этих сообщений от языка, и в частности от владения языком и от его использования для сопровождения или объяснения любых других сообщений» [Якобсон, 1985: с. 319—321].

По словам А. А. Бернацкой, обращение лингвистики к проблеме коммуникации в полном объёме <…> «предполагает синтез языковых средств общения с неязыковыми, исследование их организации в едином процессе и тексте как его результате» [Бернацкая, 2000: с. 104].

Особое внимание поликодовости уделяется в трудах по лингвистике текста Е. Е. Анисимовой, В. М. Березина, Л. С. Большияновой, Н. С. Валгиной, И. В. Вашуниной, М. Б. Ворошиловой, А. Ю. Зенковой,

О. Л. Каменской, В. М. Клюканова, Н. В. Месхишвили, О. В. Поймановой, А. Г. Сонина, Ю. А. Сорокина, Е. Ф. Тарасова и др.

Для автора наиболее значимым должно быть создание для читателя таких условий, в который текст был бы благоприятно понят. Поликодовые элементы для интернет-текста порой являются основными средствами для актуализации необходимых значений. Так, при сочетании вербальных и невербальных составляющих образуется креолизованный текст, в результате чего обеспечивается целостность и связность произведения, его цель и лингвопрагматические характеристики.

Е. Е. Анисимова определяет креолизированные тексты как такие семиотически осложненные тексты, в структурировании которых задействованы средства разных семиотических кодов, в том числе иконические средства [Анисимова, 2003: с. 11—17].

Креолизация способна быть полной и частичной. В случае **частичной креолизации** вербальные и иконические компоненты вступают в такие отношения, когда вербальная часть сравнительно автономна и изобразительные элементы текста оказываются факультативными. Такое сочетание часто встречается в газетных, научно-популярных и художественных текстах [Валгина, 2003: с. 127]. Частичной креолизацией характеризуются некоторые интернет-тексты (репосты, к примеру) и видеозаписи с субтитрами, когда устный текст и текст письменный дублируются. Репосты в социальных сетях интернет-СМИ зачастую включают в себя компоненты внетекстовые, однако ведущие к другому тексту, например, визуальные элементы с гиперссылками, которыми дополняются посты, ведущие к дополнительной информации. В этом случае пост в социальной сети выступает в качестве превью к основному тексту.

Большая спаянность, слияние компонентов обнаруживается в текстах с **полной креолизацией**, в котором между вербальным и иконическим компонентами устанавливаются синсемантические отношения: вербальный текст полностью зависит от изобразительного ряда, и само изображение

выступает в качестве облигаторного (обязательного) элемента текста. Такая зависимость обычно наблюдается в рекламе (плакат, карикатура, объявления и др.), а также в научных и особенно научно-технических текстах [там же]. Большая часть интернет-текстов в социальных сетях относится к текстам с полной креолизацией.

Иконический компонент текста может быть представлен иллюстрациями (фотографиями, рисунками), схемами, таблицами, символическими изображениями, формулами и т.п. Вербальные и изобразительные компоненты связываются на содержательном, содержательно-композиционном и содержательно-языковом уровнях, которые определяются коммуникативным заданием и функциональным назначением креолизованного текста.

Наиболее автономными по отношению к вербальному тексту оказываются художественно-образные иллюстрации к художественному тексту. Поскольку изобразительный ряд сильно действует на восприятие, воспринимается как нечто цельное с меньшим напряжением, чем вербальный текст, то может случиться, что иллюстрации, особенно если они выполнены талантливым художником, «затмят» нарисованные словесно образы и будут существовать уже сами по себе и через них пойдет восприятие вербального текста, так как они не просто сопровождают литературный текст, а образно, наглядно истолковывают его. Во избежание этого многие писатели принципиально отрицают иллюстрирование своих произведений.

Любой медийный нарратив способен обладать метатекстовыми расширениями; так, репосты, лайки, комментарии дополняют текст, в некоторых случаях — диалогизируют.

Репост представляет собой разновидность цитирования, его обязательным признаком является наличие ссылки на первоисточник. Репост осуществляется с помощью нажатия на специальный символ (иконку): *«Поделиться»* («ВКонтакте» и «Facebook»), *«Класс»* и *«Поделиться»* («Одноклассники»), *«Ретвит»* («Twitter»). Слово *ретвит* образовано с

помощью калькирования с *retweet* (от англ. *tweet* — щебетать). В результате репоста информация появляется на странице пользователя в том виде, в каком её задумал автор оригинального поста. Его могут дополнять комментарии пользователя, этот репост осуществившего. Не стоит забывать и о том, что репосты и ретвиты появляются в ленте новостей (обновлений) у друзей и подписчиков пользователя (наиболее вероятных реципиентов). Репост — особое семиотическое явление, которое мы понимаем и в качестве «расширения» для интернет-нарратива, и как медиатекст с теми его расширениями, которые присущи репосту в социальной сети. Репост состоит из совокупности вербализованного и (или) визуализированного, с одной стороны, и невербального — с другой. Если рассматривать репост как особый речевой акт, то наиболее вероятными пресуппозитивными компонентами смысла (при отсутствии прочих комментариев) можно назвать нарративизирующие: *‘я сделал репост, чтобы мои друзья и подписчики тоже увидели заинтересовавшую меня информацию’; ‘я сделал репост, чтобы узнать мнение моих друзей и подписчиков о посте’; ‘я сделал репост, чтобы сохранить информацию на своей странице и не потерять’; ‘я сделал репост, чтобы поучаствовать в конкурсе’*.

Последовательность информации в репосте всегда влияет на особенности её восприятия. Реципиент может сначала обратить внимание на комментарий от пользователя, осуществившего репост — в этом случае наверняка сформируется некоторое предубеждение относительно той информации, что находится ниже. Наконец, определить **репост** можно следующим образом — это сознательное действие, заключающееся в повторном воспроизведении оригинального поста (информации) на другой веб-странице (стене, форуме) посредством нажатия на предназначенную для этого иконку.

Лайки (отметка «Мне нравится») представляют собой невербальную положительную оценку информации, публикуемой пользователем в

социальной сети. Комментарии — показатели взаимодействия читателя и пишущего, которые вступают в диалог по поводу информации в посте.

Е. Д. Патаракин, основываясь на социологическом понимании социальной сети, определяет её в качестве платформы, на базе которой участники могут устанавливать отношения друг с другом [Патаракин, 2013: с. 505]. Д. В. Винник выделяет следующие обязательные признаки социальной сети: контент создается исключительно или преимущественно его пользователями; пользователи создают связи с другими пользователями; пользователи имеют возможность получать статическую и динамическую информацию об объектах и связях между ними в рамках социальной сети; пользователям доступны функции коммуникации с другими пользователями и социальными объектами [Винник, 2012: с. 113].

В соответствии со значением социальных сетей в жизни пользователей выделяются следующие функции [Садыгова, 2012: с. 192—193; Воронкин, 2014: с. 651]: информационная (накопление и передача информации); идентифицирующая (формирование идентичности за счет конструирования образа, противопоставления «свой-чужой»); коммуникационная (установление и удержание контакта, обмен информацией); социализирующая (приобретение социальных навыков, формирование круга общения); развлекательная; самоактуализирующая (реализация способностей и талантов, получение признания и одобрения).

Общение в социальных сетях происходит посредством различных способов. С одной стороны, общение может быть синхронным, с другой — асинхронным, межличностным или массовым. Например, формат чата предполагает общение здесь и сейчас — у пользователей чаще всего есть информация о получении и прочтении сообщения собеседником. Также часто используется форма электронного письма в тех социальных сетях, где не всегда можно увидеть онлайн-состояние собеседника (например, в некоторых случаях в «Instagram»). Ещё один способ общения — форум — реализуется как общение в группах — сообществах (пабликах) через

комментарии. Во всех случаях коммуникация может дополняться обменом нетекстовым контентом (изображения, видеоролики, аудиозаписи).

Чем больше читательская аудитория пользователя, тем больше в тексте черт массово-информационного дискурса. Н. А. Каминская выделяет массовость и периодичность выхода контента в качестве ключевых черт массмедиа [Каминская, 2012: с. 157]. Активность читателей (добавление комментариев, отметки «Мне нравится») в социальных сетях является фактором социального одобрения, что мотивирует пользователей к постоянному обновлению контента на своих страницах [Никишина, 2015: с. 153].

3) Интертекстуальность. Первоначально категория интертекстуальности рассматривалась как сугубо относимая к художественному дискурсу, однако в настоящее время она актуальна применительно к интернет-текстам, в которых интертекстуальные связи проявляются по-особому.

Под интертекстуальностью понимается «текстовая категория, отражающая соотнесённость одного текста с другими, диалогическое взаимодействие текстов в процессе их функционирования, обеспечивающее приращение смысла произведения» [Баженова, 2003: с. 104]. Межтекстовое взаимодействие реализуется на трёх уровнях: 1) на уровне имитации «чужого» текста, 2) точного воспроизведения «чужого текста» и 3) отсылок к «чужому тексту» [Канашина, 2019: с. 136].

Имитация прецедентного текста выявляется в тех случаях, когда тот воспроизводится не в полном объёме. При этом распознавание прецедентного текста является одним из условий для его адекватной и успешной интерпретации, иначе может произойти коммуникативная неудача.

Точное воспроизведение прецедентного текста предполагает полное дублирование. Интертекстуально два текста связаны более тесно из-за открытой референции к первичному тексту (например, цитаты, пословицы,

поговорки). Важно, что даже при полном воспроизведении прецедентного текста получившийся текст может быть осмыслен иначе.

Отсылка к прецедентному тексту подразумевает, что интертекстуальность реализуется в форме намёка (имплицитно) или референции (эксплицитно) [Канашина, 2019: с. 136].

4) Опосредованность понимается с точки зрения обязательного наличия технического средства и интернет-соединения для порождения интернет-нарратива. Коммуниканты находятся в разных точках пространства и даже времени. Они взаимодействуют не друг с другом, а с соответствующими образами, на формирование которых влияет «оболочка» цифрового пространства (того или иного ресурса): аккаунты, аватары и др. Автор и читатель воспринимают друг друга обобщённо.

5) Диалогичность. Любая информация в интернете способна вызывать отклики, в том числе и диалогические реакции пользователей [Колокольцева, 2013: с. 62]. Диалогически ориентированными оказываются не только форумы и чаты, которые диалогичны по своей сути, но и интернет-повествования в блогосфере, социальных сетях и интернет-изданиях. Техническая возможность диалогизации текста детерминируется различными расширениями — комментариями, отметками «Мне нравится», комментируемыми репостами.

6) Событийность. Нарративы в интернете имеют в основе событие или последовательность событий, которые транслируют изменение состояний, отношений, явлений с привязкой к определяемому рассказчиком хронотопу. Нарратив в цифровой коммуникации отличается от канонического нарратива. Возможности авторской фокализации расширены — говорящий способен влиять и даже управлять читательским восприятием, пользуясь арсеналом интернет-средств (гиперссылки, креолизация и др.). Более того, нарративы двусобытийны, а потому их необходимо рассматривать на двух уровнях — уровне предметной манифестации (внешний универсум — события взаимодействия читателя, текста и автора) и уровне повествовательного

синтаксиса (внутренний универсум — события, выстроенные вокруг персонажей-актантов).

7) Нарративная модальность. Повествование всегда представляет собой моделирование событий. Для разграничения нарративного и ненарративного текстов могут быть использованы разработанные в науке постулаты нарратива (постулаты возможности, реализации и структуры нарратива).

Таким образом, сформулированы семь основных характеристик интернет-нарратива: публичность, поликодовость, интертекстуальность, опосредованность, диалогичность, событийность и нарративная модальность.

1.2.2. Адресант нарратива и образ автора в интернете

Интернет-коммуникация вследствие своих особенностей — публичности и опосредованности — имеет специфические параметры и для образа автора. Тем не менее, сетевой дискурс, осложняясь повествовательной инстанцией, начинает подчиняться закономерностям поэтического текста. Необходимо принять тот факт, что и классические понятия «сюжет», «фабула», «образ автора» и др. могут быть осмыслены иначе — через коммуникативную модель интернет-текстов.

Нарратив в интернете определяется психологическими и общественными характеристиками адресанта — интересами и потребностями, социальным статусом, эмоциональным состоянием (сейчас) и личностными качествами (всегда). Речевые характеристики также оказывают влияние на конечный продукт — его представления о коммуникативной ситуации, о себе как субъекте речи, о непосредственном реципиенте и случайных участниках коммуникации, ожидания перлокутивного эффекта (хотя последнее чаще лежит вне языковой действительности). Отсюда делаем вывод, что нарратив информирует получателя об адресанте — зависит это от его воли или не зависит.

Е. В. Падучева отрицала возможность отождествления автора-создателя с говорящим, что справедливо и для интернет-нарратива. Последний характеризуется неполной ситуацией общения: с создателем текста не взаимодействует читатели, а только с его образом, отображением. Автор и читатель не имеют единого понимания времени, они зачастую могут не обладать одним представлением о мире, едиными фоновыми знаниями. Читатель может прочесть текст, опубликованный сегодня, завтра, на следующей неделе или через пару лет, и тогда у этого текста будут другие условия прочтения, у автора — другие социокультурные характеристики, способные обусловливать возникновение новых значений и иной интерпретации текста, нежели в момент опубликования.

Сама идея интернета состоит в моделировании — точно так же, как и идея нарратива. Интернет воссоздаёт реальные ситуации общения опосредованно, коммуниканты обезличены, автор неизвестен. Однако автор осознаётся читателем всегда, что следует из «рукотворности» интернет-коммуникации, — читатель принимает условие существования некоего образа, который может писать от своего имени (медийные личности, блогеры), а может — от имени вымышленного персонажа (например, многие блоги не авторизированы, адресант действует под ником — аналогом имени).

Автор интернет-текста выражает не только свою позицию, но и предшествующие позиции. Однако в интернет-СМИ, например, автор может выражать себя по-разному — его присутствие в тексте может быть как значительным, так и не слишком выраженным (ср. предложения из одной и той же статьи: 1) *Родившись в зоне Чернобыльской катастрофы, она взяла ракетку в руки в четыре года, а затем благодаря невероятным усилиям своего отца Юрия переехала в США* и *2) Мария Шарапова с состоянием в $200 млн заняла десятое место в рейтинге self-made женщин по версии Forbes Woman).*

Для нарратива в интернете актуальна в том числе дихотомия **«диегетический повествователь»** и **«экзегетический повествователь».**

Диегетический нарратор «повествует о самом себе как о фигуре в диегесисе», «фигурирует в двух планах — и в повествовании (как его субъект), и в повествуемой истории (как объект)» [Шмид, 2003: с. 81], иными словами, является в тексте рассказчиком. Экзегетический (недиегетический) нарратор «повествует не о самом себе как о фигуре диегесиса, а только о других фигурах» [там же], не входит во внутренний мир текста, проявляет себя только как субъект оценок или диалогических реакций, а также — очень редко — в лирических или риторических отступлениях» [Падучева, 2010: с. 203]). В интернете диегетический нарратор проявляет себя в историях от лица конкретного человека, которые происходили с ним в жизни. Такие повествования — достаточно распространённое явление в блогинге, поскольку позволяют через личную историю продемонстрировать отношение пользователя к тем тематическим направлениям интернет-дискурса, которые актуальны на момент публикации. Экзегетического нарратора можно наблюдать в интернет-СМИ, «крафтовых» медиа, мемах.

Как правило, применительно к интернет-наррации используется деление способов изображения нарратора на э**ксплицитный** и **имплицитный.**

Первый — эксплицитный нарратор — в интернет-истории очевиден: говорит от своего имени, пользуется местоимением «я» и отсылками к своему блогу, аккаунту, предыдущим нарративам, которые образуют общую память блогера и читателей. Общая память — это важное условие формирования особого универсума, в котором читатели допускаются в частную жизнь автора, становятся персонажами его историй. Эксплицитный повествователь может называть свое имя, описывать себя как повествующее «я», рассказывать историю своей жизни, излагать свои взгляды на нее [Шуников, 2006: с. 18]; обращается к читателю; выстраивает метатекст повествования («текст о тексте», характеризующий процесс повествования) [Атарова, Лесскис, 1980: с. 35].

Иногда происходит умышленное объединение автора и читателей — с помощью «мы». Обычно «мы» противопоставлены «им»: «мы» хорошие, делаем всё правильно, а «они» (кто бы ни был — другой блогер и его аудитория; люди, не разделяющие взглядов этого универсума, например, на интервальное голодание, здоровый образ жизни и энергию «женских кругов») — нет. У такого универсума всегда есть *сверхнарратив*, *метаистория* — как появился блог, с какой целью, чем занимается в жизни блогер, какую роль он выполняет в обществе, как у него формировалась аудитория (многие блогеры не прочь рассказать об этом в отдельном посте, поскольку успешность всегда предваряет т.н. success story). Кроме того, блогоуниверсум всегда имеет *цель* — тот главный мотив, которым руководствуется автор, когда пишет истории, композиционно сочетающиеся, следующие друг за другом. Вербализованную, провозглашённую цель редко можно найти в отдельном посте или в аннотации, «шапке» профиля, обычно её выявление достигается посредством изучения большей части блога. Так, если анализировать блог медийной личности, которая приобрела популярность ещё до создания блога (певцы, актёры, журналисты, телеведущие), то его ведение необходимо для того, чтобы позиционировать себя идущим в ногу со временем — и с целевой аудиторией, которая уже «перекочевала» в интернет-пространство. Если случайно наткнуться на аккаунт фитнес-блогера, имеющего полумиллионную аудиторию подписчиков, есть большая вероятность обнаружить, что в постах с помощью личных нарративов продвигаются курсы по похудению, программы тренировок или чётко рассчитанное по калориям меню для диетического питания. К личным историям добавляются истории-отзывы его подписчиков — счастливых обладателей идеального тела благодаря прохождению курсов.

Имплицитный повествователь — это результат взаимодействия разных приёмов рассказывания: подбора элементов (персонажей, ситуаций, действий, в их числе речей, мыслей и восприятий персонажей) из «событий» как нарративного материала для создания повествуемой истории;

конкретизации, детализации элементов; композиции нарративного текста, т.е. составления и расположения элементов в определенном порядке; языковой (лексическая и синтаксическая) презентации подбираемых элементов; оценки элементов (она может содержаться имплицитно в указанных выше четырех приемах либо может быть дана эксплицитно) [Шмид, 2003: с. 66—67].

По степени открытости личности интернет-тексты делятся на **открытые** и **анонимные**. Степень конфиденциальности регулируется самим автором (настройки приватности).

По количеству авторов тексты интернет-СМИ подразделяют на **авторские** (произведения публицистов, блогеров) и **коллективные** (журналистские тексты).

Т. А. ван Дейком различаются **естественные** и **искусственные** повествования (по [Эко, 2016: с. 32]). Естественные повествуют о действительно произошедших событиях. Их субъектами являются люди, живущие в «реальном» мире, события развиваются в определённой последовательности. Искусственные имеют дело с персонажами и действиями, которые относятся к воображаемому миру. По мнению У. Эко, в искусственном повествовании не выполняется ряд прагматических условий, которые обязательны для естественного повествования. Так, например, в искусственном повествовании от автора не ожидается, что он будет говорить правду. Продолжая эти рассуждения применительно к интернет-дискурсу, необходимо отметить, что читатель авторизованного интернет-нарратива всегда ждёт от автора правду, поскольку в большинстве случаев блогер для своего читателя — авторитетный источник информации. На него можно ссылаться, его историями — аргументировать собственные (читательские) позиции.

Автором публицистического текста чаще всего выступает **медийная личность**, выражающая свою позицию (новую или прецедентную) на какие-либо события, проблемы, явления на собственной странице в социальных сетях или в блоге. Он может вступать в диалог со своими читателями

посредством текстовых расширений — лайков, репостов, комментариев. Чаще всего блогер — это реальный человек, повествующий о насущных для него темах через призму собственных переживаний, взглядов и идей.

В условиях блогинга нельзя говорить о том, что образ автора и физический автор совпадают, что свойственно, например, для дневникового типа письма. Однако ничто не мешает этим фигурам не противоречить друг другу — так создаётся более доверительный тип взаимоотношений с аудиторией, поскольку аудиторию нужно «воспитывать», ею нужно «управлять», что связано с особенностями блогодискурса.

Содержание постов в блоге формирует образ автора, поскольку так или иначе содержит повествование о личной жизни автора, поведении и установках.

Блогинг даёт возможность пользователям самим регулировать создание образа автора. Так, существует возможность придумать никнейм и название блога («шапка блога»), использовать аватар, не только создавать посты в блоге, но и комментировать других пользователей. Образ автора может быть актуализован посредством составляющих реальную личность элементов: имени, данных о положении в обществе [Болотнова, 2012: с. 211—216]. Кроме того, образ автора выражается и на уровне речи (особенности лексики и грамматических конструкций), тематического и композиционного оформления постов, а также посредством авторской графики и креолизации (сопровождение текста смайлами (эмоджи), фотографиями, мемами, видеозаписями, аудиозаписями). Таким образом, автор — это главная движущая сила, создающая стилистически, эстетически и идеологически целостный текст [Копытов, 2010: с. 11].

В случае отсутствия у блогера желания раскрывать свою личность, намеренно создаётся образ автора, вбирающий в себя не только мировоззренческие установки физического автора, но и те взгляды, которых он по каким-либо причинам не может придерживаться публично. Яркий пример — телеграм-каналы, блоги, где можно не заявлять о себе как о

реальном гражданине, но успешно взаимодействовать с аудиторией (нашумевшие телеграм-каналы, автор которых долгое время скрывал свою личность, — «Сталингулаг» и «Саня из Дагестана», обозревающие общественно-политические новости через призму собственных взглядов блогера).

Кроме классического «образа автора» с недавних пор применительно к интернет-дискурсу применяется термин «виртуальная личность», понимающийся в качестве совокупности знаков, актуализуемых через личное имя и способность к самостоятельным действиям. Виртуальная личность обладает признаками одновременно и реальности (поскольку состоит из образов и эмоций), и ирреальности (виртуальную личность нельзя назвать материальной). Личность в блоге — результат самовыражения, воображения. Она непостоянная и гибкая. Виртуальную личность сравнивают с литературным персонажем — из-за фиктивного имени и возможности к самостоятельным действиям, но отличие в том, что виртуальная личность — это продукт коммуникативного взаимодействия между адресантом и адресатом [Пешкова, 2018: с. 174—195]. Отношения между автором и его виртуальной личностью двойственны: последняя и обладает некоторыми чертами её создателя, и никогда не будет идентична автору [Горный, 2004: с. 78—85].

Для интернет-коммуникации нередки ситуации, когда нормы нарратора и имплицитного автора не совпадают. У. Бут называет нарратора надёжным, если тот говорит и действует в соответствии с нормами произведения (теми, что подразумевает автор), и ненадёжным, когда он этого не делает» [Booth, 1968: p. 158—159]. Термин *unreliable narration* был введён в начале 60-х годов XX века Бутом для характеристики тех повествовательных ситуаций, когда у читателя возникает сомнение в надёжности рассказчика.

Среди характеристик ненадёжности исследователи отмечают лживость, забывчивость, неадекватность, желание дать искаженную картину мира, манипулировать читателем в своих интересах и при этом невольное

самообличение персонажа [Жданова, 2009]. Термин часто подвергался критике в том плане, что с позиций когнитивистики маркером ненадёжности повествования необходимо считать не нарратора, а читателя [Nunning, 1997: p. 83—105]. Считалось также, что художественное произведение и вовсе не должно характеризоваться критерием надёжности, поскольку оно основано на вымышленных историях [Rabinowitz, 1977].

У. Ригган разработал классификацию ненадёжных повествователей. Он поделил их на 5 типов: The Pícaro (*Хвастливый нарратор*), The Madman (*Безумный нарратор*), The Clown (*Комический нарратор*), The Naïf (*Наивный нарратор*), The Liar (*Лживый нарратор*) [Riggan, 1981].

Г. Олсон было предложено деление нарраторов на fallible (*ошибающийся*) и untrustworthy (*не заслуживающий доверия*) [Olson, 2003], подобное добросовестному и недобросовестному владению в римском праве (и в цивилистике романо-германской правовой семьи). Параллель проведена неспроста — в обоих случаях дифференциация указывает на намерения субъекта относительно предмета. В прикладном аспекте рассмотрения речевого правонарушения иллокутивная сила повествования способна сыграть главную роль, поскольку зачастую квалификация противоправного деяния основывается на суждениях судебного лингвиста.

Как для осмысления, так и для лингвистического исследования нарратива представляет интерес то, как актуализовано соотношение позиций читателя и рассказчика. «Иногда, особенно в случае с наивным или безумным рассказчиком, читатель обладает преимуществом, его картина событий оказывается более полной, поскольку сам рассказчик не в состоянии выстроить логические связи между событиями по тем или иным причинам, при этом утаивание информации происходит ненамеренно с точки зрения нарратора» [Колосова, 2017].

Ненадёжная наррация способна оказать воздействие на читателя, поскольку «обладает большой гибкостью и позволяет автору достигать с его помощью различных эффектов» [Ласточкина, 2017: с. 321]. Это достаточно

распространённый приём в современной интернет-публицистике, однако никто из исследователей не подходил к ней с позиций прагматического и функционально-стилистического анализа.

Интернет-коммуникация позволяет автору полностью погрузиться в виртуальный мир и создать собственный универсум. Блогер — диегетический нарратор. Он создаёт макронарратив, метаисторию, где читатели выполняют свои роли — просто читателей, последователей, покупателей. Автор блога во время создания нарративов актуализует определённые черты своей личности и реальной жизни для того, чтобы привлечь и заинтересовать потенциальных читателей. Что касается экзегетического рассказчика, то эта форма присуща там, где существует третьеличный нарратив, — в интернет-СМИ, «крафтовых» медиа, мемах.

1.2.3. Типология моделей наррации в интернет-коммуникации

Из идеи о том, что цифровая коммуникация является моделью реальных коммуникативных актов, в аспекте предмета диссертации с очевидностью следует, что интернет-нарратив представляет собой модель наррации. Под моделью наррации в работе понимается система лингвистических и экстралингвистических характеристик рассказывания.

Необходимо подразделить модели наррации на две большие группы: **устные** и **письменные**. Естественно, что абсолютное большинство работ по лингвистике нарратива посвящено именно письменной форме речи, тогда как прогрессивное развитие информационных технологий дало возможность появиться на свет устным нарративам. Часть из них имеет прецедентный письменный текст (аудиокниги), а часть — нет (подкасты).

1) Письменные модели наррации — воплощены в следующих нарративах:

— **публицистический нарратив —** презентация реальных событий в виде увлекательной истории. Материал для истории собирается, как правило,

в ходе «погружения», т.е. длительного пребывания журналиста в центре событий с целью «прочувствования» их изнутри [Бозрикова, 2015]. В нарратологии считается, что не все темы могут быть изложены нарративно: спорт, преступление, катастрофа, война, биография обладают наибольшим нарративным потенциалом [там же]. Существует мнение, что публицистические нарративы оказывают воздействие на читателя только тогда, когда читатель уверен, что перед ним не вымышленная история, а действительно пережитая автором [Whitt, 2007: с. 86].

— **«крафтовый» медианарратив.** Это нарратив, размещённый на ресурсе, который позиционирует себя в качестве средства массовой информации, но таковым юридически не является. Для интерактивного взаимодействия с аудиторией создаются собственные концепты, мифологемы или целостная мифология, погрузившись в которую читатели становятся «своими», усваивают ценностные нормы. Кроме того, «крафтовым» ресурсам свойственно изобретение «собственного» языка, намеренное разрушение профессиональных штампов на всех уровнях вербального текста и визуально-графического оформления» [Болдырева, 2018];

— **авторизованный нарратив** (истории от блогера или обычного пользователя социальных сетей — «Instagram», «ВКонтакте», «Facebook») — перволичное повествование от конкретной персоны или нарративная «имитация» (нарратив, имеющий признаки многих повествовательных форм; например, блогер Ольга пишет истории про девочку Олю, которая путешествует за рубежом и встречается с богатыми мужчинами);

— рекламный нарратив — может выступать как разновидность всех перечисленных видов интернет-нарративов, поскольку дополнительной иллокутивной силой, направленной на продвижение товара или услуги, могут быть наделены все истории.

2) Устные модели наррации — воплощены в следующих нарративах:

— **музыкальный нарратив.** Сегодня музыкальные дорожки распространяются преимущественно на онлайн-сервисах (например, Apple

Music, Spotify, Яндекс.Музыка и др.), а потому подчинены особенностям фунционирования речи в интернет-коммуникации. Необходимо отметить, что не все тексты песен можно признать нарративными. При отнесении текстов песен к повествовательным необходимо учитывать, прежде всего, их модальность, а также использовать для анализа постулаты нарратива.

— **подкаст-нарратив.** Подкасты функционируют на стриминговых сервисах (например, Яндекс.Музыка). Подкаст диалогичен как имплицитно в связи с прямыми и косвенными ссылками на контекст, так и эксплицитно — в каждом блоке обычно присутствуют несколько говорящих, каждая реплика, носящая монологический характер, обращена к слушателю, делает его непосредственным участником передачи [Егорова, 2008: с. 99].

— **нарративы синхронной записи.** По похожей модели наррации, что и подкасты, построены истории в голосовых сообщениях (войсах) и голосовых социальных сетях («Clubhouse»), но коммуникативные модели отличаются по причине ограниченной публичности (происходит «трансформация» образов автора и читателя/слушателя).

Кроме перечисленных моделей наррации необходимо отметить **макронарративы** и **микронарративы.**

В том случае, когда исследуется большая совокупность нарративов, объединённых идеалогически и тематически, функционирующих в рамках одной концепции, необходимо говорить о макронарративе. К таким относятся блоги, некоторые «крафтовые» СМИ, концептуальные интернет-магазины. Их особенность в том, что читатель погружается в среду, созданную автором с определённой целью (привлечение внимание, отметки «Мне нравится», упоминания в виде гиперссылок, продвижение, монетизация и др.). Так, например, макронарративами являются интернет-самиздат «Батенька, да вы трансформер», информационные онлайн-ресурсы «The Village», «The Noisetier», «Open Horizons», «Veter Magazine» и др. Но если в «Батеньке» событийно подавляющее большинство статей, то, к примеру, ресурсы «The Noisetier» и «Open Horizons» содержат не только

нарративы, но и тексты в жанрах инструкций, рецензий, репортажей. Также к макронарративам относятся концептуальные музыкальные альбомы, оперы, хипхоперы («Орфей & Эвридика» Noize MC, «Горгород» Oxxxymiron и др.)

К микронарративам относятся минимальные по размеру нарративы, характеризующиеся нарративностью или нарративным потенциалом. Обычно объём микронарративов не превышает одно-два предложения. Ярким примером являются твиты — тексты в социальной сети «Twitter», специфика которой в публикации коротких сообщений до 280 символов (формат «микроблогинг»).

Таким образом, рассмотрены модели наррации в интернет-коммуникации. Поскольку эта дискурсивная среда является наиболее свободной от рамок и правил, то в абсолютном большинстве случаев возможны взаимопроникновения этих форм. Так, наиболее часто в процессе сбора материала для исследования встречались рекламные нарративы, интегрированные в авторизованные перволичные нарративы. От рекламных нарративов следует отделять явления интертекстуальности — наименования брендов могут быть внедрены в нарративы не в целях их продвижения, а в целях обозначения какого-либо концепта (подробнее об этом см. раздел 2.2). Также рассмотрены понятия макронарратива и микронарратива, которые будут более детально проанализированы во второй главе.

1.2.4. Проблема адресованности нарратива. «Образ читателя»

При восприятии интернет-нарратива читатель имеет дело с планом выражения, преобразуя его в план содержания, однако совсем не обязательно, что итог такого преобразования будет отражать преобразованное автором содержание в выражение.

В подразделе 1.1.6 была рассмотрена общая схема нарративного коммуникативного акта, однако применение её к интернет-наррации заставляет искать ответы на некоторые вопросы. Во-первых, в аспекте

«интимной публичности» (М. Кронгауз) неясна судьба адресованности повествования в интернете. Когда перечень читателей определён пишущим пользователем с помощью настроек приватности, ситуация становится более или менее понятной: адресат — это эксплицитный читатель, который задумывался автором и определён его волевыми действиями. Однако, как только возникает общедоступность истории для людей любой категории, любой национальности и вероисповедания, любого возраста и пола, появляются культурно-исторические проблемы.

М. М. Бахтин описывал адресованность в качестве обращённости к кому-либо в аспекте концепции речевых жанров. Это — существенное свойство высказывания. В «Проблеме речевых жанров» Бахтин отметил, что законченное высказывание всегда имеет и автора, и адресата, чего нельзя сказать о безличных языковых единицах (слове и предложении), которые не обладают адресованностью [Бахтин, 1979: с. 275]. Очевидно, что адресата имеет любой интернет-нарратив, даже если пользователь ограничил список читателей до одного себя.

В условиях блогинга читатель может быть представлен чётко обозначенной публикой, в некоторых ситуациях общения — единомышленниками или врагами. Иногда адресат может не принадлежать к группам вообще и иметь чёткие социальные характеристики [там же]. В таком случае образ адресата зависит от авторской цели высказывания, в связи с чем нарративы могут предполагать конкретный образ читателя или отказаться от обращённости вообще.

С позиции М. М. Бахтина, все концепции адресата могут быть определены коммуникативной ситуацией, к которой относится то или иное высказывание. Композиция и стиль высказывания во многом зависят от того, каким видится автору образ адресата [там же].

В ситуации доступности комментирования в блоге читатель может отвечать на поставленные в нарративе вопросы (эксплицитно или имплицитно). Автор текста всегда ждёт ответа, реакции — того, что Бахтин

называл «активным ответным пониманием» [Бахтин, 1979: с. 276]. Автор рассчитывает на правильную интерпретацию текста читателем, поскольку только правильное декодирование может привести к активному пониманию. Для этого автору необходимо учесть апперцепционную базу — общие с читателем фоновые знания.

В статье Р. Барта «Смерть автора» (1967) была предпринята попытка «восстановить в правах читателя». По Барту, процесс устранения автора происходит из-за того, что читатель выходит на первый план [Барт, 1989: с. 284—391].

Н. Д. Арутюнова отмечает: «Мы пользуемся термином «адресат», подчеркивая при этом сознательную направленность речевого высказывания к лицу (конкретному или не конкретному), которое может быть определенным образом охарактеризовано, причем коммуникативное намерение автора речи должно согласовываться с этой его характеристикой. Иными словами, всякий речевой акт рассчитан на определенную модель адресата» [Арутюнова, 1981: с. 358].

Т. Л. Каминской различаются следующие ипостаси адресата по отношению к тексту [Каминская, 2008: с. 316]: 1) адресат как реальный человек; 2) адресат как категория, представленная в структуре коммуникативного акта: АВТОР → АДРЕСАТ; 3) адресат как социологическая категория с его характеристиками, полученными в ходе социологических исследований; 4) адресат как текстовая категория. По её наблюдениям [там же], для медиатекстов адресат может играть роль аналогичную той, которую В. В. Виноградов отводит образу автора, — адресат может обусловливать способы построения этого текста и способы интерпретации фактов действительности. Спустя почти десятилетие в работах Т. Л. Каминской [Каминская, 2020] появляется более императивный термин по отношению к текстовоспринимающей инстанции — *давление адресатом*, которое «составляет едва ли не основу современной массовой коммуникации».

В рекламных нарративах адресация выражена наиболее явно [Ухова, 2010: с. 204—207]. Применительно к адресации медиатекста рассматриваются как функции и структура образа адресата, так и собственно речевые средства диалогизации монолога в медиатексте, «языковые средства, включающие адресата в коммуникативное пространство текста/дискурса» (слова согласитесь, сами рассудите, вдумайтесь, представьте себе, обратите внимание, местоимение МЫ и др.) [Каминская, 2008: с. 47—55].

Будучи главными повествовательными инстанциями, отправитель и получатель истории вступают в коммуникацию в специфической форме. Соответственно этому необходимо различать адресата и реципиента сообщения. **Адресат** — это предполагаемый отправителем получатель, тот, кого отправитель имел в виду, когда направлял сообщение, а **реципиент** — фактический получатель, о котором отправитель может не знать [Шмид, 2003: с. 39]. Наличие реального, абстрактного и фиктивного читателей свойственно сетевому повествованию, как и каноническому.

Абстрактный (он же — имплицитный) читатель актуализуется с помощью импликатур, реальный читатель находится по ту сторону экрана компьютера или смартфона, непосредственно в интернет-нарративе присутствует читатель фиктивный — наррататор. В интернете, где не всегда можно предугадать, какой читатель появится у того или иного текста, справедливо выделять «образ аудитории», основанный на фигуре наррататора.

Выделение наррататора подчеркивает «диалогическое» начало повествовательного текста, его направленность на читателя. Композиция текста может «специально предусматривать определенное поведение читателя — таким образом, что последнее входит в расчеты автора, как бы специально им программируется. <…> Автор может рассчитывать на определенную динамику позиции читателя» [Успенский, 1995: с. 213].

Б. О. Корман отмечает, что произведение «навязывает» читателю свою позицию: «Прямооценочная точка зрения есть прямое и открытое

соотнесение объекта с представлениями субъекта сознания о норме. <…> Сразу же вводятся в действие, называются, обозначаются такие ценности, которые предполагаются обязательными для читателя. Пространственная точка зрения, предлагаемая текстом, заставляет читателя видеть то и только то, что видит субъект сознания: она определяет его положение в пространстве, его расстояние от объекта и направление взгляда. То же — с соответствующими изменениями — можно сказать и о временной точке зрения» [Корман, 2006: с. 218—219].

В интернет-коммуникации взаимодействие читателя с текстом характеризуется скоростью реакций. Как правило, опубликованный текст с момента своего «появления» находит быструю ответную реакцию со стороны аудитории в виде цепочки высказываний, пояснений, а иногда и «дописываний» темы исходного текста или, напротив, уходом от исходного содержания. Комментарии к интернет-текстам являются средством координации связи между автором и его аудиторией, при этом читатель выступает чаще всего в роли критика или благодарного читателя [Кукуева, 2014: с. 98—99].

Таким образом, проблемным вопросом является участие читателя не только в интерпретации и осмыслении интернет-текста, но и навязывание этих интерпретаций другому читателю с помощью откликов. Причём часто получается так, что вектор понимания задаётся с помощью цифр — количества отметок, комментариев, репостов.

1.3. Комплексная методика описания моделей наррации в интернете

При анализе нарративных текстов в интернете особенно важно учитывать их двухуровневую структуру. С одной стороны, про событие рассказывает пост, твит, статья в «крафтовом» СМИ, с другой, — событием является сам факт опубликования текста.

Два события — внутреннее (референтное — по В. И. Тюпе [Тюпа, 2009: с. 300]) и внешнее (коммуникативное — по В. И. Тюпе [там же]) (по отношению к интернет-нарративу) — могут быть разведены во времени, а могут совпадать, что обусловлено опосредованностью интернет-коммуникации. С учётом того, что взаимодействие читателя и автора текста в интернете может стать как синхронным, так и напротив, нарратив в сети так же характеризуется и этим признаком (синхронность / асинхронность). Поскольку в событие повествования (внешнее) необходимо включать и общение автора с читателем посредством отметок «Мне нравится» и комментариев, может происходить вторичная и последующих порядков нарративизация — на одно событие накладывается другое, затем — третье (причём, читатели-комментаторы могут образовывать многочисленные «ветки» диалогов с авторизованным пользователем). Условно при восстановлении пропозициональных рамок и выявлении повествовательных импликатур (пресуппозиций) совокупность поста и расширений к нему (отметок, комментариев) в диссертационном исследовании будет считаться нарративом.

Чтобы квалифицировать текст в качестве нарратива, необходимо воспользоваться теми признаками, которые разработаны в нарратологии: три начала наррации, а также постулаты нарратива [Радбиль, 2017], поскольку они предполагают семиотическую трактовку повествовательности на когнитивной и коммуникативной основе. Это важно по той причине, что интернет-нарратив выходит за рамки только вербальности, приобретая дополнительные коды. Такой текст представляет собой последовательность не только буквенных знаков — он имеет признаки сложной семиотической структуры.

Тексты в интернете являются довольно специфическими, и это касается, в первую очередь, их интерпретации. Для правильной интерпретации интернет-мема, который тоже имеет повествовательную природу (в отличие от мемологемы — подробнее в разделе 2.5), необходимо

не только знать обозначение языковых знаков и изображений, но и культуру мема, которая, как ни удивительно, достигается либо интроспективным пониманием «здесь и сейчас» на основе знаний читателя (т.н. ироничное «мемология» — «знание» о мемах), либо интернет-сёрфингом в поисках неочевидных значений.

Итак, первое начало наррации — текст должен воплощать интенциональность по отношению к тем событиям реальной действительности, о которых повествуется. Перволичный пост в интернете и рекламный нарратив могут различаться различными коммуникативными намерениями. Если рекламный нарратив чётко заточен на убеждение покупателя приобрести те или иные товары и услуги, то перволичный нарратив условной Ларисы Г. по иллокутивной силе может представлять как публичную исповедь о лишнем весе и истории избавления от него, так и убеждение приобрести онлайн-продукт — программу диет, разработанную Ларисой Г. В том и другом случае история представляет собой интерпретацию исходного события с определённой фокализацией, в точки зрения перволичного нарратора, находящегося непосредственно в тексте. Выбор последовательности событий из истории о похудении и представление под определённым углом зрения сами по себе субъективны — это та часть реальности, которую видит нарратор и, частично редуцируя, преобразует в повествовательный текст.

Второе начало наррации — моделирование референта и предиката с определённой точки зрения. Сама по себе интернет-коммуникация — это уже модель события. В интернете принято общаться, обмениваться мнениями, вступать в отношения, и это может происходить как публично, так и приватно. По этой причине интернет-нарратив не всегда моделирует речевое событие именно первично, а может представлять собой т.н. *слово по поводу слова*. Так, моделируется уже смоделированное коммуникативное событие. К подобным моделям вторичного «онарративления» относятся мемы и производные объекты (например, нарративные видеоролики в социальной

сети «TikTok» или Reels в «Instagram»), которые путём прикрепления к ним «частичек» повествовательных инстанций продолжают своё существование, перекочёвывая из одной социальной сети в другую. Кроме того, о двух способах моделирования событий-новостей пишет Т. ван Дейк: «Производство сообщений определяется присущими каждому данному журналисту моделями, относящимися к событиям-новостям, — как при непосредственном наблюдении событий, потенциально способных стать темой новостей, так и при чаще происходящей процедуре обработки текстов-источников, посвященных этим событиям». При первичном моделировании события-новости информация проходит через призму сознания журналиста, а при переработке другим журналистом субъективные маркеры принимаются и используются по усмотрению последнего («для порождения контридеологии и противодействий, при соответствующей социоэкономической и культурной обстановке») [Ван Дейк, 2000: с. 150—151].

Третье начало наррации — адресованность — коррелирует с принципом диалогичности Бахтина. Интернет-нарратив должен обязательно объективироваться — разворачивание текста в повествовательной проекции осуществляется, по мысли Т. Б. Радбиля, только для того, что это «кому-то нужно». Коммуникативная природа нарратива как раз в том, чтобы кому-то рассказывать истории — форма интернет-общения к этому располагает.

Для описания интернет-нарративов мы использовали следующий комплекс методов:

1) Лингвопрагматический анализ нарратива как коммуникативного акта. Высказывания в нарративе анализируются в аспекте его интенциональной составляющей, а также отношений между авторской и читательской инстанциями. Поскольку нарратив в интернете всегда адресован, необходимо изучать воздействие текста на читателя с использованием инструментов лингвистической прагматики и теории речевых актов.

Нарратив представляется одним из самых привычных форматов хранения и передачи человеком информации, являясь к тому же наиболее простой формой речевого сообщения и самоочевидным средством реализации авторской интенции. С точки зрения лингвопрагматики, нарратив, к примеру, противопоставляется лирическим формах текстовой организации. Это связывается с тем, что иллокутивная сила нарратива состоит в репрезентации какого-либо события. И если синтаксический прототип нарративного текста — это повествовательное предложение, то прагматическим прототипом является речевой акт-репрезентатив.

Повествование, как и репрезентатив, способно проходить сквозь призму нарраторского мировосприятия, приобретая дополнительную иллокутивную составляющую для выражения типовых коммуникативных намерений. Так, нарратив действенен в качестве манипулятивного приёма, поскольку рассказывание своей истории всегда производит уверенный перлокутивный эффект.

2) Лингвостилистический анализ. Р. О. Якобсон писал о том, что язык следует изучать во всем разнообразии его функции. В его видении любой коммуникативный акт состоит из шести компонентов: **адресант, контекст, сообщение, контакт, код, адресат**. Каждому из компонентов соответствует особая функция, реализуемая с помощью языковых средств [Якобсон, 1975].

Эмотивная (иначе — экспрессивная) функция сосредоточенна на адресанте. Как правило, с её помощью выражается отношение нарратора к предмету повествования. При анализе этой функции важно учесть степень присутствия автора в тексте: так, выражение речевых эмоций может быть связано с эгоцентрическими элементами языка, которые формируют сферу эмоциональной оценки. В. И. Шаховским под выражением эмоций в речевом общении понимается «манифестация, обнаружение, экспликация эмоций», которую нередко ассоциируют с «экспрессивностью» [Шаховский, 2009: с. 24].

К эмотивам относятся слова, выражающие эмоцию (например, междометия-аффективы) или эмоциональная оценка (например, бранная лексика). Эмотивная функция связывается с намерением произвести впечатление наличия каких-либо эмоций в речи говорящего и может выражаться практически на всех уровнях языка: на фонетическом, лексическом, грамматическом. Передача речевых эмоций коррелирует с когнитивной стороной высказывания: «Когда человек пользуется экспрессивными элементами, чтобы выразить гнев или иронию, он, безусловно, передает информацию» [Якобсон, 1975: с. 197].

Кроме того, эгоцентрики могут способствовать реализации функции метаязыковой. Это осуществляется через код — посредством контроля языковых операций [там же]. А. Вежбицкой к метаязыковым относятся средства, которые 1) выделяют тему высказывания (*если речь идет о, что касается, насчёт),* 2) упорядочивают информацию внутри высказывания (*скорее, собственно говоря*), 3) указывают на связь между его фрагментами (*кстати, между прочим, впрочем*) [Вежбицкая, 1978: с. 405—408]. Сюда же можно отнести авторизующие слова (т.н. маркеры засвидетельствованности), показатели персуазивности, перформативные глаголы [Уржа, 2021: с. 47].

Референтивная функция воплощается в функционировании нарратива как механизма кодирования установки на адресата. В результате коммуникативного акта рассказывания (взаимодействия сознаний) ни говорящий, ни слушающий, по мысли Бахтина, «не остаются каждый в своем собственном мире; напротив, они сходятся в новом, третьем мире, мире общения» [Тюпа, 2017; Бахтин, 1997].

Контакт связан с реализацией фатической функции. Она реализуется с помощью разворачивания нарратива через обмен ритуальными формулами или даже целыми диалогами, единственная цель которых — поддержание коммуникации. привычных для предполагаемого читателя лексических и грамматических средств [Якобсон, 1975: с. 201].

Поэтическая функция выполняется через сообщение и особенности подачи материала — в виде повествовательного текста.

Конативная функция заключается в воздействии на адресата (читателя), привлечения его внимания. Нарратология разделяет надвое фигуру получателя сообщения с функциональной и интенсиональной точек зрения. В итоге необходимо исследовать сразу две позиции — адресата и реципиента. Первого отправитель желал или предполагал, а второй — фактический получатель, о котором отправитель может не знать [Шмид, 2003: с. 42].

3) Анализ текста с точки зрения его формы. Особенности текста в интернете всегда проистекают из той среды, в которой он функционирует. Необходимо при исследовании учитывать специфику сетевых медиа и социальных сетей — признаки вероятной читательской аудитории (возраст, социальное положение), возможность комментирования и отметок («Мне нравится»), репостинга, настроек приватности. Так, к примеру один и тот же перволичный нарратив может по-разному восприниматься в социальных сетях «Facebook» и «Одноклассники», а способ создания и объём постов в «Twitter» существенно отличается от «ВКонтакте».

Кроме того, анализ формы позволяет рассмотреть поликодовую конструкцию интернет-нарратива. При использовании разных семиотических кодов повышается возможность воздействия на читателя, а значит, эффективность нарративных структур в новостном и рекламном дискурсе. Элементы в креолизованном нарративе могут функционировать с помощью внутритекстовых связей, а также связей между иконическими компонентами.

Большую роль играет полная или частичная креолизация: при отделении текста от картинки общая семантика способна видоизменяться. Довольно распространена креолизация с помощью смайлов — эмоджи. Эти символы могут добавлять дополнительное значение предложениям, будучи интегрированными в синтаксис. Кроме того, эмоджи являются эгоцентриками внетекстового порядка.

4) Анализ актантной структуры интернет-нарратива. Система актантов представляет собой систему оппозиций в повествовательной структуре текста, которую удобно анализировать на основе учения французского семиотика А.-Ж. Греймаса. Так, в тексте всегда присутствуют пары Субъект и Объект, Адресант и Адресат, Помощник и Противник. Все эти группы описываются через функции, которые выполняются в тексте. Так, к примеру, для Помощника функции сводятся к оказанию помощи, способствуют достижению желаемого или облегчают коммуникацию, для Противника функции заключаются в создании препятствий для осуществления желания или передачи объекта коммуникации.

Особенность проецирования учения об актантах на интернет-нарратив заключается в том, что:

— Адресант зачастую может совпадать с Объектом. Например, в тех случаях, когда блогер рассказывает историю, произошедшую когда-то с ним, а также в случаях встраивания перволичных микронарративов в журналистские нарративы «крафтовых» СМИ;

— в социальных сетях Адресат всегда лежит вне нарратива — читатели или сам пользователь. Это происходит по той причине, что интернет представляет собой мощную коммуникативную площадку для общения с читателями-подписчиками. Адресант здесь реализовывает свою коммуникативную потребность с помощью нарративного регистра (это и общение с собой, и общение с читателями);

— Помощником может выступать тот, кто находится вне нарратива — это комментаторы (или, в крайнем случае, те, кто ставит отметки «Мне нравится», что воспринимается как невербальная поддержка);

— 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).

5) Лингвокогнитивный анализ нарратива. Человек рассматривает и запоминает событие и как участник, и как наблюдатель. При моделировании

таких событий с помощью языковых средств используются внутренние (мотивационные или личностные) характеристики говорящего либо внешние характеристики ситуации (ситуативные или контекстные). Люди не только пользуются схемами моделей, но и опираются на общие теории действий, событий и участников при понимании ситуаций.

По словам Т. ван Дейка, в зависимости от числа ограничений носители языка «считывают» соответствующие пропозиции в имеющихся ситуативных моделях и, таким образом, конструируют семантические представления, или «базу», лежащую в глубинной структуре текста. В зависимости от типа задания (ср., например, понимание объяснений) люди уделяют тем или иным характеристикам моделей больше или меньше внимания, например, больше обращают внимание на категориальные компоненты и их внутреннюю организацию (Обстановка, Участники или Действие) [Ван Дейк, 2000: с. 169].

Выводы по первой главе

Установлено, что нарратологические исследования не ограничиваются художественной литературой, а учитывают иные жанры и формы повествования. Повествовательная форма встречается во всех дискурсивных практиках, поскольку представляет собой наиболее простую и удобную форму передачи информации.

Уточнено соотношение понятий наррации, нарративности и нарратива. Наррацией в исследовании называется речевой акт 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). Однако, события не просто выстроены в каком-либо порядке. Они структурированы, имеют участников (актантов). Акт рассказывания и событийность всегда находятся в зависимости от повествовательной инстанции — нарратора.

В структуре нарратива были выделены уровень предметной манифестации и уровень повествовательного синтаксиса. 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.

Нарративная модальность рассмотрена с двух аспектов: 1) с точки зрения грамматической категории, которая может быть приложена к

дискурсивным практикам, а также 2) с точки зрения коммуникативного статуса повествования. Применительно к первому аспекту установлено различие нарративной модальности и смежных дискурсивных практик — мифа, лирики. Второй аспект позволил определить статус повествования в зависимости от нарративной стратегии: нейтральное знание, авторитарное убеждение, частное мнение и понимание.

Также установлено, что форма повествования детерминируется типом рассказчика и зависит от того, как он актуализован в нарративе, а отнесение текста к той или иной повествовательной форме всегда условно. В одном повествовании могут существовать как отдельно, так и переплетаясь друг с другом перволичное и третьеличное повествование.

Интернет как среда функционирования накладывает некоторые особенности на модели наррации. С создателем текста не взаимодействует читатели, а только с его образом, отображением, что делает ситуацию общения неполной, а нарративы часто существуют в несколько изменённом или усечённом виде. Автор и читатель не имеют единого понимания времени, они зачастую могут не обладать одним представлением о мире, едиными фоновыми знаниями.

К основным характеристикам нарратива в интернете отнесены публичность, поликодовость, интертекстуальность, опосредованность, диалогичность, событийность и нарративная модальность.

Применительно к интернет-наррации использовано деление способов изображения нарратора на эксплицитный и имплицитный. В интернет-повествовании содержание формирует образ автора, поскольку так или иначе содержит повествование о его личной жизни, поведении и установках, а также образ читателя.

Если нормы событийной интерпретации нарратора и имплицитного автора не совпадают, имеет место неискреннее повествование — ненадёжная наррация.

Блогер, будучи диегетическим нарратором, создаёт макронарратив, метаисторию, где читатели выполняют свои роли — просто читателей, последователей, покупателей. Автор блога во время создания нарративов актуализует определённые черты своей личности и реальной жизни для того, чтобы привлечь и заинтересовать потенциальных читателей. Что касается экзегетического рассказчика, то эта форма присуща там, где существует третьеличный нарратив, — в интернет-СМИ, «крафтовых» медиа, мемах.

Под моделью наррации в работе понимается система лингвистических и экстралингвистических характеристик рассказывания. Модели наррации в интернете поделены на две большие группы: устные и письменные. Письменные включают в себя следующие виды нарративов по месту размещения (и, соответственно, форме повествования): публицистические, «крафтовые», авторизованные, рекламные. К устным нарративам относятся музыкальный, подкаст-нарратив, нарратив синхронной записи. Также выделены и описаны макро- и микронарративы. Поскольку дискурсивная среда интернета наиболее свободна от рамок и правил, то в абсолютном большинстве случаев возможны взаимопроникновения характеристик перечисленных моделей наррации в интернете.

По той причине, что интернет-нарратив выходит за рамки только вербальности, приобретая дополнительные коды, представляется важным учитывать семиотическую интерпретацию интернет-нарратива. Это становится возможным благодаря комплексу методов, который использован для описания интернет-нарративов: 1) лингвопрагматический анализ нарратива как коммуникативного акта, 2) лингвостилистический анализ, 3) анализ текста с точки зрения его формы, 4) анализ актантной структуры интернет-нарратива, 5) лингвокогнитивный анализ нарратива.

Глава 2. ВИДЫ И ФУНКЦИИ МОДЕЛЕЙ НАРРАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТЕ: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ И ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

2.1. Перволичный нарратив в социальных сетях

Как уже говорилось ранее, нарратив не есть исключительная принадлежность художественного слова. Повествовательные структуры сегодня обширно распространены в интернет-коммуникации: в электронных СМИ, сфере блогинга, социальных сетях, разнообразных контент-ресурсах — на всех основных коммуникативных платформах.

Всего было исследовано 17 перволичных нарративов в социальных сетях («Instagram», «Facebook», «ВКонтакте») и 22 перволичных нарратива в различных блогах («Яндекс. Дзен», «ЖЖ», блоги в «Instagram»). Для иллюстрации исследования выбрана публикация пользователя «Olya Maslova» в социальной сети «Facebook». В этом разделе не рассматриваются признаки ненадёжной наррации, безусловно присутствующие в исследованном нарративе, однако они будут проанализированы в разделе 2.3 «Ненадёжный рассказчик в медийном нарративе».

Публикация пользователя «Olya Maslova» имеет две составляющие:

(1) синхронную — написание текста совпадает с его опубликованием, присутствуют хронологические указатели, привязывающие текст ко времени (*Я вчера написала… А сегодня…*): со слов *Я вчера написала…* до слов *вот вам текст, который я написала через короткое время.*

(2) асинхронную — пользователь «Olya Maslova» в предыдущей части обозначает, что текст был написан через короткое время после описанных в нём событий: со слов *19 мая меня изнасиловали* до слов *Я не в порядке.* Кроме того, пользователь «Olya Maslova» поясняет, что она уже публиковала

эту часть на другом интернет-ресурсе (*Я рассказала свою историю на Феминологах. Сделала выпуск про насилие и убедила себя, что этого достаточно*).

В своей совокупности обе части представляют собой перволичный нарратив, где реальность показана через особенности нарраторского восприятия. Как правило, в центре перволичного нарратива оказываются воспоминания, наблюдения и размышления повествователя, а не сюжетная линия. Перволичному нарративу противопоставляется третьеличный, в котором повествовательная форма «создает видимость объективности: мир предстаёт перед читателем как бы сам по себе, никем не изображаемый» [Падучева, 2010: с. 198—210].

Нарратор — пользователь «Olya Maslova» — в общей схеме коммуникативного события является адресантом, который:

А) реализует определённую иллокутивную функцию (если рассматривать нарратив как действие, то становится очевидным намерение пользователя «Olya Maslova» рассказать свою историю, привлечь внимание к проблеме харассмента, указывая также на другие известные ей случаи насилия женщин со стороны мужчин (*А сегодня мне в ленту прилетел репост Кристины Куракиной, которую избил её муж*). Кроме того, рассказчица прямо вербализует одну из речевых интенций: *Если я расскажу про человека, который изнасиловал меня, то, возможно, эта информация пригодится другой девушке и она сможет избежать того, с чем столкнулась я*);

Б) сознаёт, что имеет собственную аудиторию читателей (в тексте присутствуют многочисленные отсылки к общности апперцепционной базы рассказчицы и читателей: *Я вчера написала, что "надо меньше травли"* (предполагается, что читатели должны понимать, где именно рассказчица написала эти слова — на этой же странице, на других ресурсах или в приватной беседе с кем-то); *вот вам текст, который я написала через короткое время* (указательный маркер *вот вам*)

В) ожидает от публикации определённого перлокутивного эффекта (при изучении комментариев к посту отмечаются дополнительные коммуникативные акты — рассказчица вступает в диалог с сочувствующими комментаторами, в том числе благодарит их).

Адресат — любой читатель, который обладает компетенцией распознать код и интерпретировать речевое сообщение — русскоязычная часть интернет-пользователей, каждый из которых по-разному мог отыскать этот пост: наткнуться случайно, получить пересланное сообщение и др.

Описание событий происходит в определённой нарратором последовательности: история представляет собой описание взаимоотношений рассказчицы и В. Нехлюдова, в большей части — изложение обстоятельств в соответствии с конкретным хронотопом.

2) Актантная модель соответствует нарративному моделированию [Греймас, 2000: с. 153—170]. В тексте присутствует и Объект (причём, его роль выполняет сама рассказчица), и Субъект (В. Нехлюдов). Кроме того, присутствует пары Адресант (рассказчица) — Адресат (девушки, которые могут оказаться в аналогичных ситуациях; пользователи социальной сети; общество в целом), Помощник (тот, кто выполняет функцию помощи — подруга, которая оказывала моральную поддержку рассказчице, а также подруга, с которой рассказчица поделилась тревожностью от предстоящей встречи вечером 19 мая с В. Нехлюдовым, а также его контактными данными) — Противник (В. Нехлюдов). Соответственно, сюжет нарратива также построен вокруг этих пар персонажей.

3) Тематические силы: насилие со стороны мужчин по отношению к женщинам, харассмент; переживания рассказчицы о том, что с ней произошло 19 мая.

С точки зрения функционального анализа пост-нарратив в социальной сети как речевое произведение решает несколько задач. Так, коммуникативная задача (и, соответственно, реализуемая коммуникативная функция) связана с контекстом. Рассказчица в качестве реакции на действия

В. Нехлюдова (19 мая) по отношению к ней представляет информацию в виде субъективных суждений. Она является диегетическим нарратором — события в повествовании происходили с ней в заданном ею хронотопе, а значит, их экспликация происходит через призму только её сознания. Нарратором создаётся вымышленный мир, происходит переход события из модуса «реальность» в модус «текст» [Радбиль, 2019]. Здесь нельзя говорить о фактическом характере информации, поскольку роль последней в том, чтобы показать читателю злободневность харассмента и насилия по отношению к женщинам через историю переживаний рассказчицы.

Для создания эффекта присутствия используются лексемы и словосочетания, указывающие на нюансы восприятия рассказчицей ситуации: образа действия (*пешком, крепко (держал), забивалась (в угол)*), внешнего вида (*в джинсах, кроссовках, в футболке, в длинном коричневом плаще, волосы только не заколола*), ощущения и чувства (*больно, тянуть (за волосы), ещё одну порцию боли и унижения), чувствую себя виноватой, (половина моих травм) зажили*), эмоций (*радостным (смехом), плохо (себя чувствую), страшно (веселило), до ужаса (боялась), (первый раз меня) сорвало, очень сухо*). Эти единицы способствуют реализации всех указанных функций.

Эмотивная (экспрессивная) функция связана с адресантом, её цель — выражение субъективного отношения рассказчицы к действиям В. Нехлюдова, то есть одна из задач этого сообщения — эмоциональная реализация. Эмоциональный эффект реализуется с помощью использования языковых маркеров с однозначной коннотацией (к примеру, *больно; делал в том же месте ещё больнее с радостным смехом; щипал и кусал; (губа) распухла ещё сильнее; выворачивал мне руки и держал так крепко, чтобы я не вырвалась; его страшно веселило то, что он делает мне больно; чувствую себя виноватой; ещё одну порцию унижения; в шоковом состоянии*).

Адресат определяет наличие апеллятивной (конативной) функции. В речевом сообщении блогера выражены его установки на адресата (читателей), стремления на него воздействовать с помощью речевых единиц — вызвать сочувствие к себе и тем женщинам, с которыми происходят подобные ситуации, предупредить других девушек о возможности насилия со стороны мужчин.

Фатическая (контактоустанавливающая) функция обусловлена установлением контакта между пользователем и его читателями. У читателя есть возможность оставить комментарий под записью или одну из доступных реакций («Мне нравится» и др.), а также сделать репост или отправить кому-либо.

Метаязыковая функция: пользователь, занимающий активную позицию в интернет-коммуникации, ощущает потребность рассказать аудитории что-то важное и полезное, потому выражает вольное мнение о взаимоотношениях с В. Нехлюдовым. Усиливают воздействие эгоцентрические элементы (даже, сразу же, чаще, ещё один, всё равно). Выявлен приём «нарратив в нарративе»: рассказчица интегрирует микронарратив о сложной ситуации в семье, поясняя своё внутреннее состояние (*мне стало все равно*) и мотивы (*Моя любимая шутка про «легче отдаться, чем объяснить, почему нет» сыграла против меня*).

Эстетическая функция связана с внешним видом текста — это пост в «Facebook», у которого есть форма для публикаций в аккаунтах пользователей, которая визуально ассоциируется именно с этой социальной сетью. Рассказ прост для восприятия любым читателем — здесь много простых предложений, прямая речь «онарративлена» — адаптирована в косвенную, текст членится на абзацы, общий уровень грамотности оценивается как выше среднего, что делает текст относительно «приятным» для чтения.

Исследуемый пост адресован неопределённому кругу лиц. Заслуживают внимания нарративы иного рода и иной адресованности —

размещённые в публичном пространстве, но предназначенные для конкретных адресатов одновременно. Так, жанр интернет-комментария к посту в социальной сети как раз и предполагает несколько воспринимающих инстанций.

Из 17 проанализированных перволичных нарративов в социальных сетях 4 текста представляют собой комментарии в «Instagram» под постом с фотографией в аккаунте представителя органа власти. При исследовании обращалось внимание на личности автора поста (губернатор, глава администрации) и автора комментария, дату опубликования первичного поста и дату комментария. Пост и комментарий допускают выражение реакции других читателей (комментарии, отметки «Мне нравится»).

Речевой жанр комментария в социальной сети, как правило, предполагает развёртывание собственного мнения с целью поделиться им с какой-либо аудиторией.

С содержательной точки зрения комментарии строятся в нарративных традициях доноса / жалобы. Речевой жанр жалобы входит в жанровую группу различного рода формул обращений и требований.

Ниже общие черты нарративных перволичных комментариев проиллюстрированы на примере жалобы на действия руководства Малининского муниципального сельского Дома культуры.

Ключевыми в жалобе являются перформативные глаголы *сообщаем* (*Мы, участники фольклорных коллективов «Живы традиции Руси», «Семейный круг», родители участников детских ансамблей «Соловушки», «Журавлики», «Чижики» (всего 39 человек), клуба «Малининский муниципальный сельский Дом культуры», сообщаем, что руководство клуба в лице, директора Тверской Елены Анатольевны и художественного руководителя Поздеевой Вероники Альбертовны, всячески препятствует проведению репетиций и больших фольклорных спектаклей наших коллективов*) и *просим* (*Просим разобраться со сложившейся ситуацией*).

Жалоба всегда содержит в себе отрицательную оценку чьих-либо действий и репрезентацию этих действий в виде событий (эксплицитно или имплицитно). Жалоба относится к тем типам коммуникативных актов, которые умаляют позитивный образ кого-либо и неизбежно включают субъективное, эмоционально оценивающее отношение говорящего к предметно-смысловому содержанию его высказывания [Палашевская, 2010: с. 48—51].

Адресантом выступает группа людей:

1) *участники фольклорных коллективов «Живы традиции Руси», «Семейный круг»,*

2) родители участников детских ансамблей «Соловушки», «Журавлики», «Чижики» клуба «Малининский муниципальный сельский Дом культуры»,

3) Облонская О.В., которая с помощью местоимения *мы* причисляет себя к обращающимся (при условии, что комментарий действительно был размещён ею).

В некоторых текстах авторы и адресанты могут не совпадать. Так, к примеру, у исследуемого текста отсутствует конкретный автор, поскольку нельзя утверждать, что текст составлен только Облонской О.В., с аккаунта которой опубликован комментарий.

Адресатом является глава Калининского городского округа Энской области Левин А.Р. — он же автор поста, под которым опубликован комментарий Облонской О.В. Обычно должностные лица (преимущественно — главы муниципальных образований) являются типичными адресатами обращений-жалоб.

Рассмотрим содержание нарратива как обращения-жалобы с учётом лингвопрагматического аспекта.

Любое обращение-жалоба характеризуется репрезентативным, аргументативным, аскриптивным и императивным элементами

[Палашевская, 2010: с. 48—51], соответствующими коммуникативным интенциям Облонской О.В.

Репрезентативный элемент реализован в сообщении тех обстоятельств, которые послужили поводом для обращения (к примеру, отмена репетиций спектаклей (*Одиннадцатого ноября (за 5 дней до концерта) директор клуба решила провести обработку зала, из-за чего две ключевые репетиции пришлось отменить*), использование оборудования в личных целях (*Однако в этом году была закуплена дорогостоящая звукозаписывающая аппаратура, которая используется в личных целях*) и др.).

Аргументирование осуществляется за счёт приведения негативной информации о происходящем в клубе, а также с помощью языковой экспрессии (*…сократить время занятий до 20 мин!!! ; что явилось последней каплей нашего терпения*) и эмоциональной апелляции к общечеловеческим ценностям — указание на вероятное нарушение прав детей (*для занятий детей предоставлен самый маленький кабинет клуба; …при подготовке спектакля "Осенины", в котором участвует 39 детей и 27 взрослых, назначенного руководством клуба на 16 ноября… директор клуба решила провести противопожарную обработку зала, из-за чего две ключевые репетиции пришлось отменить).*

Аскриптивный элемент включает в себя оценочные высказывания, мнения и предположения, формирующие негативный образ руководства клуба (*В ответ на наши устные просьбы предоставить более удобный, имеющейся кабинет, руководство предлагает уменьшить количество детей в ансамбле или сократить время занятий до 20 мин!!! ; Однако в этом году была закуплена дорогостоящая звукозаписывающая аппаратура, которая используется в личных целях).*

Императивный элемент эксплицирован в смешанном речевом акте — реквестиве (просьбе) с иллокутивной силой директива (побуждения): ***Просим разобраться*** *со сложившейся ситуацией (разобраться* от *разбираться:* перен. Рассматривая во всех деталях, подробностях, разрешать

спорные дела, вопросы). Иллокутивная сила — функция высказывания — в теории речевых актов соответствует коммуникативной направленности. В исследуемом тексте-жалобе говорящий этим речевым актом завершает провозглашённый в начале комментария речевой акт сообщения, включая в семантику пропозиции дополнительное содержание: *Просим разобраться со всем тем, что перечислено выше.* Таким образом, главная цель нарративной жалобы состоит в обращении к главе Калининского городского округа Энской области Левину А.Р. с намерением 1) сообщить о проблемах в клубе, в котором директором является Тверская Е.А., 2) попросить решить эти проблемы и 3) побудить к разрешению проблемных вопросов, возникших в клубе.

2.2. Третьеличный нарратив, лирика и миф

Большинство повествовательных форм в интернете похожи на те, что изучает классическая лингвистическая нарратология, однако всё чаще можно обнаружить трансформированные модели нарратива, характеризующиеся синхронными изменениями моделирования реальности.

Хипхопера *(хип-хоп + опера*) «Орфей & Эвридика» Noize MC (2019) — рэп-адаптация древнегреческого мифа, состоящая из 30 треков (иначе — песен). Исследователями она оценивается как масштабное произведение, опирающееся на античный претекст [Цвигун, 2019]. Кроме хипхоперы были проанализированы 15 рэп-текстов (исполнители: Каста, Noize MC, Krec, Кровосток, Oxxxymiron, Хаски), не связанных между собой концептуально.

В этом разделе используются материалы, опубликованные диссертантом в статье «Взаимодействие нарративного и лирического начал в текстах современных музыкальных исполнителей» (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).

Среди наиболее распространенных тематических областей русскоязычного рэп-текста называют историю жизненного пути. Социологи полагают, что такие рэп-истории способны сформировать у аудитории идею важности поиска себя, своего пути и места в жизни. Также среди наиболее часто воспроизводимых в разнообразных вариациях тем указывают тему (несчастной) любви, смерти, рэп-творчества и др. [Бойченко, 2020].

Рэп-тексты обычно выражают смыслы, доступные для представителей любого социокультурного уровня и рассчитанные на массового адресата. По своей форме это устная речь разговорного стиля с различными жанрово-стилевыми вкраплениями. Текущие тенденции русскоязычной рэп-музыки могут свидетельствовать о том, что всё больше исполнителей (часто это и непосредственные авторы) стремятся показать целостность творчества, единство музыкального альбома как художественного произведения. Композиции связаны между собой глобальным замыслом, общей идеей. По этой причине некоторые рэп-альбомы следует воспринимать в качестве текста в широком его понимании («макротекста») и исследовать только в совокупности, не отделяя одну композицию от остальных. Подобное обособление чревато неверной интерпретацией, коммуникативным «провалом» и нарушением семантических связей.

Рэп-речь (подобно любой устной речи) может характеризоваться как подготовленностью (треки в записи, прецедентное исполнение перед публикой на концертах, исполнение вместе с публикой и др.), так и спонтанностью (жанр рэп-баттла).

Большинство рэп-треков — эстетическое преобразование картины мира говорящего и по форме ближе к лирике в её первичном осмыслении. Как правило, это произнесение текста в особой просодической организации — интонация (не всегда в соответствии с традиционными конструкциями, многократные повышения и понижения тона в пределах синтагмы), темп, членение, паузация. Рэп создаётся для произнесения — зачитывания — и ориентирован на слуховое восприятие.

Непосредственный адресат отсутствует, но можно говорить о наличии реципиента, учитывая коммуникативные особенности интернет-дискурса. Героем здесь является лирическое *я*. «Поэт, как бы отвернувшись от слушателя, говорит сам с собой, и слушатель или читатель, по его замыслу, должен сделать то же самое» [Невзглядова, 2015: с. 11].

По аналогии с синтетичной авторской песней [Свиридов, 2002: с. 12], синтетичен и рэп, представляя собой единство текста, его просодической организации и музыки. Кроме того, выделяется паралингвистическая составляющая [Крафт, 1999: с. 161—162] рэпа — голосовые приёмы трансляции эмоций, выполняющие коммуникативную функцию удержания реципиента (фатическую функцию).

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: как только в тексте появляются нарративные начала (интенциональность, событийность, адресованность [Радбиль, 2017]), можно видеть включение в такие фрагменты элементов повествования. Причём возможны абсолютно лиричные композиции, но нет абсолютно нарративных, поскольку рэп-текст с момента авторского замысла орнаментален (в терминологии В. Шкловского [Шкловский, 1929: с. 205]) и детерминирован лиричной формой. Например, трек Krec «Нежность» (2004) полностью лиричен, здесь нет события, вокруг которого выстраивается текст. Моделируются чувства лирического героя — они возвышенны, в чём-то трагичны. Даже событийное на первый взгляд *На южных пляжах венчались* не воспроизводит референта и предиката, приобретая характер фактоидности (фактоподобия): фактоиды неконкретны, это эмпирическое обобщение [Кузнецов и др., 2014]). 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 <u>я сам, иду в центральный парк</u> // В летнем кафе <u>ты проводишь свой досуг</u> / Ожидая мой визит и тирамису; Из-за*

пустяка ссорились мы весь декабрь / И разбежались на радость всем завистникам.

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.

При переключении регистра на нарративность к лирическому «я» добавляется (или меняет его) нарратор — и он может быть как «в тексте» (диегетическим), так и «вне текста» (экзегетическим). В «Закрытом космосе» лирический герой и диегетический нарратор поочерёдно меняются: рассказчик транслирует события, лирическое «я» вплетает переживания и размышления в общую канву повествования. В результате образуется то, что даёт нам основание подтвердить возможность соединения лирики и наррации.

Каждый трек в исследуемой хипхопере озаглавлен в соответствии с эпизодом и действующими лицами — персонажами-актантами. Главные герои — Орфей (участник олимпийского рэп-баттла, который в результате победы в финале над Прометеем заключает контракт с корпорацией «Царство Аида» и хип-хоп-лейблом «Underground Recordz» после суда над Гермесом — бывшим главой лейбла), Эвридика (возлюбленная Орфея), Аид (глава корпорации «Царство Аида»), Харон (некогда бывший участником баттлов водитель трансферного автомобиля), Фортуна (богиня удачи, которая в повествовании находится рядом с Аидом; фактически является соперницей Эвридики).

Формально хипхопера представляет собой макронарратив, включающий в себя внутренние нарративы актантов, а также лирические композиции (некоторые из них также включают нарративные вкрапления имплицитно).

Хипхоперу необходимо рассмотреть через два универсума — два уровня повествования (предметной манифестации и повествовательного синтаксиса). Анализ первого полезен при исследовании нарративной

организации хипхоперы с точки зрения лингвокоммуникативистики и теории речевого воздействия. Речевые роли распределены в соответствии с типовой моделью взаимодействия: Адресант — речевое сообщение — Адресат. Адресант — автор текста, который порождает текст, наделяя его функциями. Адресат — слушатель (или читатель).

Второй универсум — это взаимные отношения актантов внутри нарратива. Для его описания использовано учение об актантах А.-Ж. Греймаса [Греймас, 2000: с. 153—170]. Ниже хипхопера рассмотрена в соответствии с парами актантов: Субъект — Объект, Адресат — Адресант, Помощник — Противник.

Субъект. Орфей — начинающий и амбициозный певец и поэт (*В мыслях обрывки стихов / У кого-то / бизнес / у меня / открытый чехол / И монеты в чехле / мой хлеб / Не спеши / пешеход / свой куплет / Тебе споёт поэт-нищеброд*). Это собирательный образ рэп-артиста, проходящего через трудности, испытания деньгами и обеспеченной жизнью, любовью. Орфей направляется на Олимп, чтобы принять участие в мега-баттле — самом значимом событии олимпийского шоу-бизнеса.

Объект. Карьера рэп-артиста на фоне взаимоотношений с Эвридикой.

Противник. В этой роли выступают несколько персонажей.

1) Аид — глава корпорации «Царство Аида», предположительно замешанный в противоправной деятельности:

Хотя он был замешан в коррупционном скандале /
Детали дела канули в лету и всплывут едва ли //
Активисты обвиняли в давлении на присяжных /
Где они теперь // Никто уже не скажет //

После суда над Гермесом *вереница брендов и звёзд именитых* перешли в корпорацию предпринимателя Аида. Сфера деятельности Аида —

ритуальные услуги, к которым добавляются развлекательные — продюсирование хип-хоп-звёзд.

2) Фортуна — персонаж, который не относится к древнегреческой мифологии. С опорой на мифологический фрейм можно назвать Фортуну и Помощником, и Противником. То, что удача благоволит Орфею, выражено в виде нескрываемой симпатии к главному герою со стороны Фортуны. Однако Харон, приводя пример из собственного творческого пути, предупреждает его, что «чувства» Фортуны не длятся долго:

Фортуна подолгу играть не привыкла /
Я и сам был когда-то ее солдатом //
Налево / направо тратил вообще не глядя /
Цифра на счету / не влезала в калькулятор /
А теперь кручу баранку / вот так-то / дядя /

Помощник. Харон когда-то (до событий хипхоперы) работал в той же сфере, что и Орфей, но в какой-то момент Фортуна перестала «играть», в результате чего Харон сменил род деятельности (*А теперь кручу баранку*) на тот, который соответствует мифологическому фрейму о перевозчике душ через реку Стикс. Именно он встречает Орфея и везёт его на мега-баттл. Кроме того, Харон считает необходимым разъяснить суть опасной деятельности, которой планирует заниматься Орфей:

Большая рэп игра / злая и зубастая псина /
Чтобы лезть в эту пасть / надо быть психом /
Сунул руку в конуру / готовься к боли //

Нарративизация изображаемого в альбоме происходит на фоне мифологизации. Во-первых, типичные тематические области русскоязычного рэпа раскрываются через мифологему (Орфей напоминает музыканта

простого, небогатого происхождения, Аид — расчётливого продюсера; Орфей не проходит испытание славой и деньгами, быстро пресыщается отношениями с Эвридикой, потому что они для него (звезды Олимпа, которого признают даже боги) становятся скучными и обременительными). Во-вторых, миф об Орфее и Эвридике объединяет все треки, наделяет их особым смыслом, когда они воспринимаются вместе. Однако нельзя не учесть, что музыкальная композиция в интернете может быть прослушана и интерпретирована отдельно от остальных треков. Зачастую слушатель оставляет в своём плейлисте только те треки, которые «откликаются». В таком случае оценка речевых намерений адресанта затруднительна и вариативна.

Тексты треков вне концепции могут нарративизироваться вторично, приобретая новую историю с помощью медиализации: так, текст «Без нас (Орфей и Эвридика)», которым завершается хипхопера, существует как видеоролик, в котором история меняется и приобретает возможность быть интерпретированной по-иному. В клипе нет прямых отсылок к мифу, кроме титров в самом начале; по сюжету, главная героиня едет на автомобиле, затем идёт к сумеречному лесу с рюкзаком, периодически переходя на бег. Героиня достаёт из рюкзака белое платье, надевает его и продолжает двигаться по лесу. Цели она достигает глубокой ночью — это большое дерево, на котором висят несколько разноцветных платьев. В зависимости от объёма фоновых знаний зритель может обнаружить связь с мифом об Орфее и Эвридике, а может — уловить иные смыслы.

Внешний универсум — отношения слушающего (замещающего читателя) с текстом — достаточно успешно можно описать через коммуникативно-функциональную модель. Ниже представлен функционально-стилистический анализ хипхоперы «Орфей & Эвридика» как коммуникативного акта.

Первоначально хипхопера имела несколько другой вид. Она задумывалась как единоразовый спектакль (2018), однако впоследствии была

переработана Иваном Алексеевым (Noize MC) и распространена на музыкальных площадках в интернете.

Нарративная организация хипхоперы «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 хипхоперы к высокому искусству или едва заметному следу андеграунд-творчества. Кроме того, наименования брендов в этом случае исключают рекламное намерение автора, а, скорее, являются микросимволами сегодняшней эпохи. В лиричных треках поэтическая функция в большей степени воплощена через метафоризацию чувств между Орфеем и Эвридикой:

Видно / была не знакома нам раньше любовь ещё /
Но это же и не любовь уже / это ***любовище*** *//*
С нами /
Творится нечто / ***способное вызвать крушение зданий*** /

С другой стороны, рэп имеет направленность на слушателя-реципиента, как и любой публичный текст, поэтому с поэтической функцией начинают взаимодействовать и ***конативная***, и ***эмотивная*** [Якобсон, 1975].

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).

Отсутствует однозначность в определении времени и пространства — хронотопа, в котором происходит событие. С одной стороны, информация выражается через мифологемы персонажей: Аид известен всем как бог подземного царства, от Орфея в любом основанном на мифе интертексте ожидают схождения в мир умерших, поскольку это центральное событие в сюжете мифологемы; Спартак говорит Прометею во время баттла, что *время кормить орла*. Сосуществуют древний мир (*гладиаторы, доспехи, арена в стенах Колизея*) и современный (***шоу Эда Салливана***: *Тут же дали в пару эмбриона / которому нечего делать в* ***Лиге чемпионов****;* отсылка к современной литературе или кинематографу: *Обломками* ***шкафа*** *пылает ваша* ***Нарния***), в котором есть место научно-техническому прогрессу (телефоны, автомобили, самолёты, сирены «скорой помощи»; знания химической науки: *Эта реакция / Растворит вместе с пальцами /* ***Перчатки, пробирку и лакмус***). Слушатель принимает эти условия пребывания одновременно в двух мирах, используя собственные фоновые знания древнегреческой и современной культуры. В этом видится реализация ***метаязыковой*** и ***референтивной*** функций [Якобсон, 1975].

Социокультурные особенности рэп-баттла и его деструктивная речевая сущность (имеется в виду унижение оппонента, негативная оценка его творчества и возвышение рэпером себя; рэп-баттл лингвокультурологи называют «закономерным явлением легитимизации речевой агрессии в обществе повседневной агрессии» [Лассан, 2018: с. 133]) также переданы через миф: Спартак — Прометею: ***Какой ты защитник*** *людей /* ***а*** *//* ***Кто это тебе сказал*** */ твоя мама Гея;* Орфей — Нарциссу: *А* ***вы*** */ я вижу /* ***любите себя*** */ Как Диоген / живя в бочке* ***собственного «я»***; Прометей — Спартаку: *Я тот / кто бросал вызов Зевсу / а* ***ты здесь тупо проездом / фракийский бездарь*** *<…>* ***Ты даже не миф*** */ а я достоин сотни ветвей пальмы;*

Прометей — Орфею: *Мой текст — амброзия / а твой /* ***дико нелепая болтовня***.

Негативно-оценочные конструкты апеллируют к концептам древнего мира (Прометей — Спартаку: *Иди дальше месить на* ***арене*** *грязь,* ***раб***) и современного (*Эй, что это за* ***колхозный прикид****? Тут что, пикник возле реки? За роль* ***бомжары*** *в грязных обносках / Ты бы точно получил «****Оскар****», прикинь?*).

В хипхопере несколько повествователей. Прежде всего это нарратор экзегетический, выраженный в экстралингвистической информации и в метатекстовых элементах: в наименованиях треков, разделении хипхоперы на треки, распределении персонажей и образов, вставке различных звуков (звонок по телефону, аэропорт). Это тот, кто интегрирует культуру рэп-баттла в миф, вводит актантов из других мифов, органично смешивает современный и мифический миры. Главный нарратор 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*).

Диегетический нарратор также присутствует в хипхопере: во-первых, Немезеида Пафос — ведущая новостей из мира шоу-бизнеса «Фанфары Эллады», во-вторых, Фортуна — ведущая олимпийского мега-баттла. Немезеида в треке «Фанфары Эллады» сообщает о том, что происходит на Олимпе.

Таким образом, нарративный характер хипхоперы детерминируется следующим:

1) текст репрезентует события, имеет неоднозначные темпоральные координаты (древний и современный миры встречаются в едином текстовом пространстве), которые принимаются слушателем за условия «игры»;

2) персонажи-актанты имеют определённую траекторию развития, их истории вплетаются в повествование;

3) присутствует несколько нарраторов: экзегетический (всеведущий) и диегетические, присутствующие в тексте и проецирующие собственную точку зрения;

4) в нарратив органично встраиваются микронарративы.

2.3. Ненадёжный рассказчик в медийном нарративе

О «ненадёжной» наррации пишет Дж. Фрэй: «Представьте, что фантастическая повесть начинается с того, что персонаж от первого лица рассказывает об умопомрачительной красавице, которую он надеется соблазнить, но лишь в конце главы читатель узнает, что этот персонаж ящерица» [Фрэй, 2007: с. 179]. «Ненадёжность» создаёт эффект обманутого ожидания, когда реальный читатель по-своему интерпретирует высказывания, но в результате оказывается, что его понимание текста ошибочно.

Существует мнение, что условием для ненадёжной наррации является наличие перволичного повествователя [Жданова, 2009: с. 151—164]. В тексте наблюдаются экспрессивность, необъективность, большое количество комментариев о самом себе; частые обращения нарратора к читателю в намеренной попытке «вызвать его сочувствие», а также саморефлексия, размышления о том, какой степени доверия заслуживает нарратор [Падучева, 2010].

Среди русскоязычных художественных произведений, авторы которых прибегают к ненадёжной наррации, отмечают [Тюпа, 2020: с. 22—39] следующие: «Лолита» В. Набокова, «Москва — Петушки» Вен. Ерофеева, «Школа для дураков» С. Соколова и др.

Если нарратор может быть охарактеризован искажённым взглядом на мир в момент повествования (химические 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. В последнем случае нарратора можно назвать не заслуживающим доверия.

В интернет-коммуникации ненадёжное повествование представлено преимущественно в блогосфере, а также аккаунтами в социальных сетях «ВКонтакте», «Instagram», «Facebook» — это нарко- и алкозависимые, а также люди, страдающие психическими заболеваниями. Кроме этого, ненадёжность зачастую обнаруживается и в «крафтовых» СМИ. Ниже проиллюстрировано исследование нарративов с ненадёжными рассказчиками на трёх историях: наркозависимой девушки, алкозависимого мужчины и девушки, потерпевшей от действий сексуального характера (что могло оставить след на её психическом состоянии).

2.3.1. Нарратив в нарративе (формат — «крафтовое» СМИ).

Среди 54 публицистических нарративов в «крафтовых» СМИ 9 содержат истории, рассказываемые не основным нарратором, а персонажем или авторитетным источником.

В качестве объекта в этом разделе диссертационного исследования выбрана статья с очевидной ненадёжной наррацией — персонаж является зависимым от запрещённого вещества.

Заголовок *X — собственность модели* (где X — запрещённое вещество) дублирует одно из высказываний текста; оно представляет собой ироничную аллюзию на прецедентные описания фотоснимков в глянцевых средствах массовой информации. Словосочетание *собственность модели* в медийном дискурсе обычно употребляется при перечислении брендов вещей (одежды, аксессуаров), участвующих в фотосъёмке и (или) фигурирующих в статье, но некоторые вещи принадлежат фотомодели и по различным причинам не маркируются (собственность модели, собственность стилиста,

фотографа и т.д.). Таким образом, статья для читателя начинается с языковой игры — автор даёт возможность иронически осмыслить дальнейшее содержание.

Лид (первый абзац статьи) графически выделен более интенсивной шириной штрихов. Из него читатель узнаёт, о чём пойдёт речь в статье — о девушке, которая употребляет запрещённое вещество в течение десяти лет и почти не скрывается. В конце абзаца автор провозглашает свою статью историей героини. Статья поделена на 5 блоков с «говорящими» подзаголовками.

Присутствует иллюстративный материал в виде скриншотов постов Анны К. в социальной сети, а также фотографий, сделанных при контакте автора статьи и фотографа издания с Анной. Рассказчик представляет реально произошедшие в жизни наркозависимой девушки события в виде увлекательной истории. Из смысла текста следует, что материал для повествования собирался непосредственно при контакте с субъектом (Анной), а также при изучении аккаунта девушки в социальной сети «ВКонтакте». Кроме того, приведены мнения из «авторитетных» источников (в блоке «Определённые принципы»).

С функционально-стилистической точки зрения текст определяется как публицистический, однако автор разворачивает повествование, свойственное художественному произведению, используя приёмы и средства образности и эмоциональности (***ритуал**, который практикует уже десять лет; **смущённо** бормочу*). Образ Анны раскрывается ярко и индивидуально через богатую лексику.

Исследуемый текст — рассказ о том, как Анна и её друг приехали на фотосъёмку. Кроме того, описываются события, происходившие и происходящие в жизни Анны с её слов. Автор не выбирает стратегию интервьюера, подавая истории в виде «уже когда-то взятого интервью», а имплицитно (не вербализуя) провозглашает себя нарратором.

Нарратив начинается подробным описанием обстановки для создания иммерсивности (эффекта присутствия): (ощущение пространства (*из угла комнаты, где сидит Анна; за полупрозрачной перегородкой студии*); указание на мелочи (*столовую ложку*, а не чайную; *которой пользуется уже 8 лет*, а не какое-то другое количество времени; *ручка изогнута* в определённых целях; *девушка достаёт из рюкзака чёрный мешочек для наушников*, а не, скажем, какой-то абстрактный пакет); описание звуков (*доносится; шуршит платьем*); описание внешнего вида персонажа так, как если бы Анна предстала перед читателем (*На Анне тёмное платье без рукавов из шоурума на Кузнецком мосту, под ним — белая рубашка, на ногах — ботинки Dr. Martens; Зрачки не крошечные, а обычного размера*; *На ногтях у Анны — золотистый шеллак. Делала сама. Скульптурные брови — тоже. Стрелки нарисованы идеально)).*

В блоке «Определённые принципы» автор прибегает к приёму «нарратив в нарративе», приводя описание обыденной жизни Анны (*Каждое новое утро начинает с X…Встаёт… Идёт на кухню… После курит одну* (именно одну, а не сколько-то — указание на мелочи) *сигарету, умывается…Садится за ноутбук, работает…*).

Описание событий происходит в определённой нарратором последовательности: история представляет собой описание съёмочного процесса с включением рассказов о жизни Анны;

Проиллюстрируем соответствие актантной модели Греймаса [Греймас, 2000: с. 153—170]:

Объект (X) — Субъект (Анна),

Адресат (риторический аспект исследования) читатель — Адресант (нарратор, иногда — Анна),

Помощники (мама и друг) — Оппонент (этот актант полифоничен — это общество и отдельные его представители, например, мужчина, предложивший Анне оральный секс за X);

3) Тематические силы (учитывается лишь то, что эксплицировано): зависимость Анны от наркотиков, одержимость Х, желание употреблять Х и совмещать зависимость с нормальной жизнью);

4) Композиция нарратива. Текст позиционируется как история; состоит из лида и пяти озаглавленных блоков. Композиция примечательна тем, что текст подаётся как нарративы в нарративе:

Нарратив автора [Нарратив персонажа] (Нарратив «авторитетного» источника)

Нарративы «авторитетного» источника подаются как суждения «свыше» — нарратор-автор приводит мнения двух людей (писателя, бывшего ранее наркозависимым, и президента фонда помощи наркозависимым). Считать их персонажами нарратива нецелесообразно, поскольку модальность их высказываний в любом случае отлична от остальных в тексте. Нарративы Анны подаются как цитаты из первоисточника — автор-нарратор играет ими, придавая тексту живость и образность.

Рассмотрим композицию и сюжет нарратива подробнее.

А) Лид и трёхабзацное вступление, обеспечивающее эффект присутствия адресата при беседе персонажей;

Б) *Мы нормально выглядим или нет?* Нарратор приводит краткую справку и «авторитетное» мнение о зависимости. [Анна называет себя нетипичным случаем, поскольку она «успешно» употребляет Х около десяти лет. Анна превозносит себя над другими зависимыми, потому что особо следит за внешностью.] Нарратор описывает внешность Анны. [Анна рассказывает, как следит за внешностью, за тем, чтобы выглядеть прилично при условии долговременного употребления наркотиков.]

В) *Определённые принципы.* [Анна рассказывает, как ухаживает за собой, чтобы внешние признаки употребления Х не были обнаружены кем-либо.] («Авторитетные» источники рассуждают о внешности зависимых.) Нарратор рассказывает об обыденной жизни зависимой Анны и о том, как

Анна зарабатывает на Х. [Анна рассказывает о финансовой проблеме, возникшей однажды в связи с её зависимостью. Анна рассказывает о своих нравственных принципах.]

Г) *«… достаточно благородно».* [Анна рассказывает о провокации, поставившей её перед нравственным выбором.] Нарратор вводит читателя в следующую историю репликой о том, что Анна не ищет отношений. [Анна рассказывает про жизненный опыт отношений с мужчинами. Анна рассказывает, почему считает свою зависимость благородной.] Нарратор сравнивает несколько фраз, периодически произносимых Анной, с кратким сводом личных правил её жизни.

Д) *Мама.* Нарратор рассказывает, как Анна борется с зависимостью, на примере конкретного случая. [Анна рассказывает, как её задержали представители власти.] Нарратор рассказывает, как Анна принимала Х в месте лишения свободы. Нарратор рассказывает, как Анна заботится о своём здоровье. Нарратор рассказывает, как за здоровьем Анна следит её мама. [Анна рассказывает, как мама спасает ей жизнь, пряча Х «на чёрный день».] Нарратор рассказывает про взаимоотношения с мамой на фоне употребления Анной Х.

Е) *Кому это надо.* Нарратор рассказывает о планах Анны стать публичной личностью и о ведении ею дневника в социальной сети. [Анна рассуждает о своей деятельности в социальных сетях.] Нарратор рассказывает о планах Анны и её друга после съёмки.

Также следует отметить установку на адресата-читателя (нарратор использует языковые игры, создание «эффекта присутствия», сотрудничество с читателем, а также «открывает» текст).

В основе коммуникативно-функциональной модели текста лежат следующие элементы.

СМЫСЛ. Референтивная функция: нарратор заявляет о том, что текст об Анне является частью исследования места Х в современной России, хотя такой формат подразумевает выводы, но автор-нарратор предоставляет

возможность читателю сделать умозаключение самостоятельно, что доказывает функционирование нарратива как механизма кодирования установки на адресата.

СООБЩЕНИЕ. Эстетическую функцию выполняет особенность подачи материала — в виде нарратива, сотрудничающего с читателем.

КОММУНИКАНТ. Эмотивная функция находит отражение в специфичности повествования — нарративы в нарративе (основной нарратив подаётся с нарративом-знанием и нарративом-мнением ненадёжного нарратора).

КОНТАКТ. Фатическая функция осуществляется с помощью разворачивания нарратива, употребления обыденных для целевого читателя лексических (просторечий *залипать, шарить, прогибаться в чём-то, пэпээсники*; жаргонизмов *винт, ломка, кайф, перекумариться*) и грамматических (доступный синтаксис в виде простых неосложнённых предложений) средств.

КОД. Метаязыковая функция: нарратор в доступной форме рассказывает историю зависимого на основе жизненного опыта Анны. Нарратив креолизован — текстовые фрагменты сопровождаются фотографиями, дополняющими повествование. Так, к статье прикреплены скриншоты из аккаунтов Анны в социальных сетях, где она держит в руках приспособления для приготовления Х, сам Х, а также снимки крупным планом лица Анны, где демонстрируется гладкая кожа, ровный макияж.

ПОЛУЧАТЕЛЬ. Конативная функция заключается в воздействии на адресата (читателя), привлечения его внимания к проблемам современных зависимых граждан — фонд помощи зависимым неспроста упоминается в тексте три раза без указания вида деятельности (ещё и в контексте «авторитетного» мнения) — организация считает своей миссией способствование развитию антинаркотической политики, основанной на гуманности, терпимости, защите здоровья, достоинства и прав человека. (источник: официальный сайт фонда). Налицо приём речевого

манипулирования сознанием читателя — нарратор делает ставку на то, что читатель захочет узнать, чем занимается обозначенный фонд.

В объём фоновых знаний среднестатистической языковой личности входит информация о негативности образа жизни зависимых. Это связано, прежде всего, с антипропагандой запрещённых веществ на ранних этапах социализации человека: например, подросткам о негативном значении запрещённых веществ и их употребления говорят учителя, социальные педагоги, школьные психологи; с этой целью устраивают многочисленные классные часы, творческие конкурсы (рисунков, стихов и т.д.); некоторые родители проводят с детьми воспитательные беседы о вреде запрещённых веществ. Всё это так или иначе формирует в ребёнке убеждение в том, что запрещённые вещества — это плохо, антисоциально, а потому — запрещено. По этим причинам девушка, заявляющая о том, что употребляет запрещённое вещество в течение десяти лет и чувствует себя прекрасно, выглядит неискренней. Картина мира читателя и картина мира ненадёжного нарратора (Анны) не совпадают.

Анализ подобных текстов с ненадёжной наррацией позволяет сделать вывод, что в таких случаях повествователь предстаёт либо нарратором-клоуном — «троллем», либо наивным нарратором, который преследует лишь высоконравственные цели (как в описанном нарративе — дестигматизировать сообщество употребляющих запрещённые вещества, добиться социальной поддержки для персонажа, сделать так, чтобы читатель «пожалел»). Наивный читатель, встретив такого же наивного нарратора, становится жертвой ненадёжного повествования, опосредованно вводится в заблуждение.

Микронарративы «авторитетного» источника квалифицируются в качестве нарратива-понимания. В тексте вербализуются маркеры интерсубъективности вкупе с графическим оформлением прямой речи: *Президент фонда говорит, что с юридической точки зрения; ...замечает президент фонда, посмотрев фотографии Анны; ...отмечает президент*

фонда; ...рассказывает писатель, употреблявший Х в течение пятнадцати лет. Причём мнения двух разных людей приводятся в различной концентрации: «утешающих» цитат президента фонда втрое больше, чем «пессимистичных» цитат писателя, намекающих на то, что Анну, как и всех остальных зависимых, рано или поздно ждёт печальный исход (…*Алкоголики же могут скрываться десятилетиями. Но с веществами десятилетиями это длиться не может. Рано или поздно контроль теряется*). Мнения в этом случае интерсубъективны, то есть представляют традиционную оппозицию в СМИ на проблему зависимости от запрещённых веществ: абсолютное отрицательное отношение к зависимым с одной стороны и отрицательное отношение к зависимости как общественному заболеванию, но сострадание и желание помочь больным с другой.

Нарратив Анны также преподносится в модальности мнения с помощью средств цитирования и прямой речи. Анна — ненадёжный рассказчик, поскольку в сознании читателя она является лгуньей или слишком наивной, заявляющей о том, что в её жизни всё — утрируя — прекрасно вопреки десятилетнему стажу употребления Х: образ употребляющего запрещённые вещества вызывает у читателя если не сострадание (в лучшем случае), то понимание обречённости на несчастья и скорую гибель в нравственном и физическом аспектах. Здесь же демонстрируется внешняя красота Анны и относительное благополучие её жизни. Читатель понимает, что и нарратор может быть обманут Анной, поскольку его нарратив прецедентен и основан на нарративе самой Анны — ненадёжной рассказчицы.

Нарратив автора построен в модальности понимания (напряженного «постигания», а не уже достигнутой «понятности» [Тюпа, 2015: с. 17]). Понимание предполагает в адресате солидарного собеседника и ориентировано на рецептивную активность читателя. Такое повествование ведет к углублению смысла излагаемой истории, однако не несет в себе абсолютной истинности знания или абсолютной ценности убеждения.

Истина понимания отнюдь не релятивна, но «она принципиально невместима в пределы одного сознания и рождается в точке соприкосновения разных сознаний» [Бахтин, 1972: с. 135]. У повествования открытый финал (*После съёмки Анна и Алексей всё-таки решили уехать на такси: этим вечером им ещё предстояло заехать домой за остатками X*), что свойственно для нарратива понимания.

С другой стороны, нарратив автора может быть представлен и в виде объективированного (нарратором) знания, которое с помощью коммуникативного канала в различных жанрах (пост, статья и т.д.) доносится до адресата-читателя. В этом случае модальность может принимать форму абсолютизированного знания, потому что в конце текста нарратор вводит ещё одно высказывание: *Этот текст — первый материал нашего большого исследования места X в современной России,* которое, по сути, оказывается богато имплицитными содержаниями: пресуппозиции *‘Статья представляет собой результаты исследования места X в современной России’; ‘Статья не единственный материал о месте X в современной России’; ‘X занимает какое-то место в современной России’;* инференции *‘Место X в России заслуживает большого исследования’, ‘Исследование места X в России будет иметь какое-то значение’.*

2.3.2. История о зависимости (блог на платформе «Яндекс. Дзен»)

Один из исследуемых блогов на платформе «Яндекс.Дзен» посвящён перволичным историям алкозависимого человека о его отношениях с алкоголем и попытках излечиться от этого заболевания. Содержательно блог делится на две части определённой точкой во времени, начиная с которой, по словам нарратора, он прекратил употребление алкоголя. Для исследования ненадёжной наррации выбраны 7 постов из части «до». Всего в блогосфере («Яндекс Дзен», блоги в «Инстаграме», «ЖЖ») было исследовано 22 перволичных нарратива.

В этом подразделе используются материалы, опубликованные диссертантом в статье «Фигура ненадёжного рассказчика в нарративных стратегиях медийного текста в интернете» (Моштылева, Е.С. Фигура ненадёжного рассказчика в нарративных стратегиях медийного текста в интернете // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. № 3. 2021. С. 175—180).

С функционально-стилистической точки зрения текст определяется как публицистический с художественными приёмами и средствами образности и эмоциональности (*в пятницу вечером буквально отпрыгивал от алкоголя; тёплое хоть и чуть дурное ощущение внутри сочетается с запахом детских волос и ничем не контролируемой детской любовью, перетекающей в тебя не только с запахом чистоты, но и через обнимающие твою багровую шею маленькие тёплые руки*).

Исследуемые тексты — рассказы о том, какое место в жизни рассказчика занимает алкогольная зависимость, как она влияет на его взаимоотношения с коллегами по работе и семьёй.

В текстах присутствует подробное описание обстановки для создания «эффекта присутствия» (ощущение пространства (*я немного автоматически готовил ужин и в перерывах, заваливаясь в кресло, читал бумажную книжку Мураками; Я проснулся в шесть, залез в душ, выпил литра два воды, известил всех, что опоздаю, включил на телефоне авиарежим, залез под одеяло и опять уснул*); указание на мелочи (*Потом я взял чётки из семян дерева бодхи, запустил в телефоне звук костра и на 30 минут провалился в медитацию; нарезал в два ланч-бокса новосибирскую грудинку*); описание звуков (*В квартире было тихо, по телеку маленький ребёнок гонял мультики*); описание вкуса еды (*быстро смастерил горячие бутерброды с кусочками олюторской селёдки*) и — фрагментарно — кулинарные нарративы; описание внешнего вида и цветов (*водка, выполненная в трёх цветах — от крепкой зелёной этикетке к мягкой оранжевой. Я взял оранжевую и прихватил баночного хугардена)*.

Нарратором определена последовательность: история представляет собой описание жизнедеятельности человека, страдающего алкоголизмом. В соответствии с актантной моделью Греймаса определим группы персонажей:

Объект (алкоголь) — Субъект (сам нарратор).

Адресат (риторический аспект исследования — читатель) — Адресант (нарратор).

Помощник (семья и близкие) — Противник (в этом случае полифоничен — это общество, диктующее моральные принципы, и отдельные его представители, например, коллеги, которые периодически замечают алкогольное опьянение нарратора).

Тематическими силами являются (учитывается лишь то, что эксплицировано): алкогольная зависимость, желание и нежелание употреблять алкоголь).

Композиционно тексты-посты определяются как истории от конкретного лица (хотя и не выдающего своего имени и местоположения). Некоторые истории включают в себя нарративы «авторитетного» источника. Наблюдаются периодические переходы в лирику — художественное моделирование жизнедеятельности страдающего алкозависимостью.

Присутствует установка на адресата-читателя (нарратор использует языковые игры, создание «эффекта присутствия», сотрудничество с читателем, а также «открывает» текст);

При рассмотрении функций нарратива обнаружено, что их набор и реализация схожи с ненадёжными нарративами в «крафтовых» СМИ (см. предыдущий раздел).

СМЫСЛ. Референтивная функция: автор-нарратор предоставляет читателю сделать оценочный вывод самостоятельно, что доказывает функционирование нарратива как механизма кодирования установки на адресата.

СООБЩЕНИЕ. Эстетическую функцию выполняет особенность подачи материала — в виде нарратива, сотрудничающего с читателем.

КОММУНИКАНТ. Эмотивная функция находит отражение в специфичности повествования — нарратор воздействует на читателя, пытаясь вызывать эмоции сочувствия, сожаления (в русской языковой картине мира алкоголика всегда хочется пожалеть).

КОНТАКТ. Фатическая функция осуществляется с помощью разворачивания нарратива, приближающего читателя к говорящему. Текст максимально субъективирован, напоминает поток речи.

КОД. Метаязыковая функция: нарратор в доступной для большинства категорий читателей форме рассказывает историю алкозависимого на основе собственного жизненного опыта. Нарратив креолизован — текстовые фрагменты сопровождаются фотографиями, дополняющими повествование (хотя и обозначенными в качестве привлекающих внимание).

ПОЛУЧАТЕЛЬ. В нарратологии фигура получателя сообщения должна изучаться с функциональной и интенсиональной точек зрения — адресата и реципиента. Первого отправитель желал или предполагал, а второй — фактический получатель, о котором отправитель может не знать [Шмид, 2003: с. 42]. Конативная функция видится в воздействии на адресата (читателя), привлечения его внимания к проблемам людей, страдающих алкоголизмом.

Создатель исследуемого блога об алкозависимости предстаёт перед частью читателей (гипотетически) в качестве ненадёжного нарратора.

Безусловно, всем потенциальным читателям известно о негативных проявлениях алкоголизма. Если к наркозависимым относятся пренебрежительно, то алкоголиков жалеют; по этим причинам мужчина, рассказывающий о подробностях своей жизни через призму романтизируемой им алкозависимости, выглядит неискренним. Картина мира читателя (в трезвом уме) и картина мира ненадёжного нарратора снова не совпадают (как и в предыдущем разделе).

2.3.3. История о харассменте (пост в социальной сети «Facebook»)

Как показало исследование в разделе 2.2, текст о харрасменте в социальной сети «Facebook» является перволичным нарративом. Признаки ненадёжности наррации видятся не сразу, как это было в речевых материалах разделов 2.3.1 и 2.3.2. Неискренность нарратора обнаруживается лишь при глубоком изучении текста — после того, как исследователем будут нивелированы речевые эмоции, которыми обильно снабжено повествование.

События описываются через призму субъективной оценки, о чём свидетельствуют признаки, выявленные при функциональном и нарративном анализах. Нельзя опустить и тот факт, что категория нарративности коррелирует с наиболее субъективной формой выражения сведений в судебной лингвистике — формой мнения. По правилу наследования модальностей [Баранов, 2011: с. 37] высказывания в тексте при общих условиях принимают модальность всего текста. Иными словами, все высказывания в тексте, включая те, где отсутствует эксплицитная перформативная рамка (я думаю; по моему мнению; с моей точки зрения; X считает, что…), наследуют модальность мнения.

Первый, наиболее яркий признак — небольшая вставка, микронарратив рассказчицы о её сложной ситуации в семье и переживаниях по этому поводу: *В те дни у меня была сложная ситуация в семье, я страшно себя винила и в тот момент, когда он меня поцеловал, мне стало все равно. Моя любимая шутка про «легче отдаться, чем объяснить, почему нет» сыграла против меня.* Высказывание *мне стало всё равно* прямо указывает на ненадёжность рассказчика. Об этом свидетельствует совокупность признаков, которая распространяется на все оценочные высказывания в тексте:

А) перволичная наррация,

Б) несовпадение семантики высказываний (то, что произошло, рассказчица называет изнасилованием, что предполагает семантику <u>безвольности</u> жертвы, однако в приведённом выше микронарративе

уточняет, что вечером 13 октября выразила безразличие (*мне стало всё равно*) к сексуальным действиям В. Нехлюдова),

В) экспрессивность, большое количество комментариев о самой себе (*На встречу я пошла пешком (для тех, кто любит рассуждать о внешнем виде: в джинсах, в кроссовках, в футболке, в длинном коричневом плаще, волосы только не заколола и накрасила ресницы)*);

Г) частые обращения нарратора к читателю в намеренной попытке «вызвать его сочувствие» (*У меня включился режим жертвы; Делай все, что он скажет; Веди себя тихо. Хвали и не жалуйся; Я не в порядке*),

Д) саморефлексия (*Я села в машину. Я, которая ни разу не садилась в чужие машины; Это уже второй раз, когда мне стоило бы свалить, но я осталась; Этим летом мы стали созваниваться чаще уже по моей инициативе, как я сейчас понимаю*; *Нет, это не насилие. Нет, я что-то неправильно поняла. Спасибо, моей подруге, которая снова и снова проговаривала, что я пострадала, что то, что произошло со мной это насилие. Она говорила, что я не виновата, но в этом я сомневаюсь до сих пор*).

Далее ненадёжная наррация обнаруживается вновь при изучении высказывания *Я не стала заявлять в полицию, я не зафиксировала побои* — на этот раз в преимущественном несовпадении семантики слов *побои* и глаголов, обозначающих действия А. Нехлюдова *хватать за плечи, толкать, тянуть за волосы, делает мне очень больно, разбил мне губу, щипал и кусал, рвал на мне одежду, вытаскивал меня из любого места, выворачивал мне руки и держал так крепко, укусил меня за губу, щипал за щеки.* Семантику удара предполагает только одно словосочетание: *разбил мне губу,* однако здесь присутствует значение однократного удара, если он вообще имел место быть: после предложения *Он разбил мне губу и очень смеялся с того, как я выгляжу* следует уточнение с глаголами других значений *Щипал и кусал, чтобы она распухла еще сильнее,* поэтому в этом случае можно говорить

лишь о субъективном восприятии рассказчицы применительно к тому, какие действия относятся к глаголу *разбить* и к существительному *побои*.

Исследование позволило проанализировать признаки ненадёжной наррации, которая представляет собой особую разновидность модальности современного публицистического повествования. Ненадёжность рассказчика может быть неразличима для обычного читателя, и в таком случае коммуникативное воздействие оказывается состоявшимся. С помощью неискренного повествования можно вводить читателя в заблуждение — создавать эффект обманутого ожидания, заставлять делать неправильные следствия.

Ненадёжная наррация достаточно распространена в современной интернет-публицистике, и её анализ с коммуникативных и функциональных позиций представляется важным в условиях фундаментальных и прикладных исследований. 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. Нарративные структуры сегодня не стеснены поэтикой — они выходят далеко за её пределы и вводятся в социально-политические контексты, которые составляют информационную картину мира.

2.4. Устное рассказывание как объект изучения лингвистики нарратива: подкастинг, войсы и Clubhouse

Рассказывать возможно не только письменно, но и устно, причём устная форма репрезентации в этом случае прототипична. В современном интернете наблюдается эра голосовых сообщений: то, что раньше набиралось на клавиатуре, сейчас доставляется с помощью голоса и речи. Таким образом, раздел посвящён наиболее опосредованной форме голосового общения на расстоянии — голосовым сообщения (т.н. войсам) и подкастам. Музыкальные нарративы проанализированы в разделе 2.2.

Известно, что рассказывать истории — потребность человека, связанная с реализацией авторского потенциала (как филологического, т.е. «искусства слова», так и общекультурного, т.е. жизненного опыта). События «нарративного поворота» продолжаются применительно к интернет-коммуникации: в начале 2021 года необычайную популярность приобрела социальная сеть «Clubhouse», основанная на устном рассказывании историй, где любой зарегистрированный пользователь может услышать настоящих Илона Маска, Джареда Лето и многих других. В популярности устных социальных сетей видится связь рассказывания историй с психологией: в психоаналитической терапии существует техника экстернализации — лингвистическая практика, заключающаяся в том, что люди отделяют себя от эмоционально насыщенных историй, которые они воспринимают как собственную идентичность [Троцук, 2004].

Устные формы репрезентации нарративов в интернете детерминируются тем, как их оболочку видят создатели социальных сетей и других ресурсов. По этой причине экстралингвистические факторы влияют на изучение коммуникативной ситуации и механизмов речепорождения устных нарративов.

Особенность устных нарративов, прежде всего, в том, что речь принимает форму неподготовленного или подготовленного частично — спонтанной в той или иной части выражения. Под **устным нарративом** может пониматься такое рассказывание, которое является и спонтанным, и подготовленным.

Спонтанной называют такую «форму устной речи, которая может сочетаться с различной степенью подготовленности (обдуманности) ее содержательной стороны и использоваться в различных ситуациях общения» [Светозарова, 1988: с. 5]. Н. Н. Рудык под спонтанной речью понимает любой вид самостоятельной коммуникации характеризующийся, во-первых, неподготовленностью, которая приводит к появлению новых комбинаций языковых компонентов, знакомых выражений в новых речевых ситуациях.

Во-вторых, мотивированностью, проявляющейся в стимуляции, а затем в мотивации к говорению при наличии фактора неожиданности. В-третьих, инициативностью, проявляющейся в реализации желания выразить свои мысли. В-четвертых, эмоциональностью, проявляющейся в способности чувственной оценки объектов внеязыковой действительности. В-пятых, экспрессивностью, проявляющейся в устремлении говорящего с помощью речи, сопровождаемой мимикой и жестами [Рудык, 2011: с. 188—191].

Спонтанное высказывание формируется постепенно, по мере осознания и понимания того, что следует говорить. В этой связи в устных нарративах могут наблюдаться длительные перерывы в звучании, паузы, повторения отдельных слов, а также некоторые особенности артикуляции (вздохи, втягивание воздуха и др.). Кроме того, устным спонтанным нарративам всегда присуще наличие речевых ошибок, коротких и неполных по смыслу и структуре предложений (что минимизировано при подготовке письменного нарратива). В устных нарративах речь воспроизводится одновременно с процессом мышления, у говорящего отсутствует время на обдумывания своих высказываний и, как следствие, проявляются особенности, присущие исключительно устной речи. В произносимых нарративах фиксируются некоторые отличительные черты: «меньшая лексическая точность, синтаксические ограничения длины и сложности словосочетаний и предложений, отсутствие причастных и деепричастных оборотов, появление необычных для письменной речи конструкций, заполнение пауз, наличие речевых сбоев и ошибок» [Сиротинина, 1983: с. 14]. Необходимо учитывать специфический вид устной речи — квазиспонтанную речь (подготовленную структурно, но произнесенную перед аудиторией без написанного текста речь [Рослова, 2009]).

В аспекте исследования образа адресата устные нарративы в интернете разделены на две большие группы: приватные и публичные. Так, в социальной сети «ВКонтакте» можно встретить следующие устные нарративы (без визуального сопровождения):

1) приватные — в мессенджере (здесь по сравнению с другими ресурсами имеется возможность транскрибации речи),

2) публичные — в разделе аудиозаписей (подкасты).

В «Facebook» и «Instagram» есть возможность создания только приватных устных нарративов (в Мессенджере и Direct соответственно), в «Telegram» и «WhatsApp» — рассказов в рамках групповых чатов. Однако «Telegram» предоставляет функцию и организации информационных каналов — блогов (с многочисленной аудиторией читателей).

Кроме этого, существует социальная сеть, состоящая из комнат для аудиоконференций — «Clubhouse». Вход возможен лишь через личное приглашение («инвайт») от зарегистрированного пользователя. К числу особенностей относится возможность слушать конференции только онлайн. Запись не предусмотрена и, более того, запрещена. Отмечают, что высокая привлекательность исчезающего контента уже давно оценена соцсетями [Коломийцева, 2021: с. 122], так как он способствует росту популярности продукта и дает возможность обойти конкурентов в части привлечения пользовательского внимания. Считается, что исчезающий через некоторый промежуток времени контент имеет большую ценность по сравнению с обычными публикациями [Баландина, 2021].

Все присутствующие в комнате делятся на спикеров (ведущих), модераторов и слушателей. При входе в беседу пользователь становится слушателем. Слушатель может поднять «виртуальную руку» и задать вопрос голосом спикеру. Комнату можно создать, как закрытую (в том числе и социальную — для подписчиков), так и открытую, отличие состоит в возможности заходить в беседу свободно, либо по персональной ссылке. Пользователь может выходить из комнаты, никого об этом не оповестив. Если у него появляется желание задать вопрос или выступить, ему необходимо «поднять руку», чтобы модератор включил ему микрофон и дал слово.

Исследование 5 прямых эфиров (основные темы: личностный рост, общественно-политическая ситуация) различной длительности (минимальный — 5 минут 10 секунд, максимальный — 31 минута 44 секунды) в «Clubhouse» показало, что многие истории 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).

Коммуникативная ситуация подкастинга имеет следующие особенности:

1) подписка на подкаст не представляет для пользователя никаких трудностей, а восприятие письменного текста, а тем более электронного, по скорости несопоставимо медленнее. Таким образом, информирование пользователя становится доступней, оперативней и проще;

2) слушатель становится соучастником межличностного общения не с виртуальным автором, а с реальным человеком, получает возможность сделать свои собственные выводы на основе звучащей речи, по природе своей более экспрессивной, эмоциональной, оказывающей сильное воздействие на адресата;

3) большинство подкастов представляет собой интервью и дискуссии, т.е. речь диалогического (полилогического) характера. Материал подается в форме, облегчающей усвоение новой информации за счет более структурированной при помощи вопросов подачи материала, возможности перефразирования, экземплификации, уточнений [Егорова, 2008: с. 99—100].

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.

2) Нарративные подкасты — те, которые обладают наибольшей степенью подготовленности. Их можно сравнить с аудиокнигами или документальными фильмами — авторским коллективом избирается тематика, пишется текст, который зачитывается актёром. Высказывания и внелингвистические компоненты (скрип двери, звук печатной машинки, шум улицы или театра во время антракта) подобраны с учётом иммерсивности (от англ. *immersive* — создающий эффект присутствия, погружения). 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.

Важно то, что устные истории всегда адресованы открытому или закрытому кругу лиц. Исходя из специфики нарративных подкастов, отправитель может выступать как перволичным, так и третьеличным нарратором. Он может принадлежать миру истории — рассказать о себе и своём жизненном опыте, являться диегетическим рассказчиком, а может редуплицировать третьеличный нарратив — подготовленную историю, где является лишь опосредующей инстанцией. В зависимости от тематического

наполнения определяются пары актантов: Субъект — Объект, Адресат — Адресант, Помощник — Противник.

Одной из платформ, на которых распространяются подкасты, является «Яндекс. Музыка». Ресурс содержит большое количество аудиоисторий на различные темы — социальные, общественные, политические, личностные. В последнее время набирает популярность жанр нарративных подкастов, один из которых будет рассмотрен ниже.

Подкаст «Музы» содержит 6 выпусков примерной длительностью от 19 минут 57 секунд до 31 минуты 32 секунд. Издателем является студия «Brainstorm.fm», которая специализируется на подкастинге в том числе и для различных компаний и брендов. «Музы» — это аудиоспектакль о великих женщинах, вдохновлявших своих мужей на создание произведений, но которые «которые нередко оставались в тени своих гениальных спутников». В основу выпусков положены биографии реальных персонажей: «каждый выпуск — это зарисовка из жизни одной героини, сконструированная на основе художественной фантазии вокруг мемуаров, дневников и архивных документов». Для погружения слушателя в событийную среду были использованы эффекты иммерсивности. Читатель или слушатель превращается из внешнего наблюдателя во внутреннего, поскольку читательская позиция по отношению к изображаемому трансформируется: возникает ощущение присутствия и участия.

Каждый выпуск «Музы» представляет собой историю одной женщины, рассказанную от её лица. Повествователь здесь — диегетический нарратор. В текстах отсутствуют перволичные местоимения, но можно обнаружить другие перволичные эгоцентрики (*Запах цветов <u>становится</u> <u>почти ядовитым</u>. После церемонии ты выходишь на улицу: <u>немыслимая</u> <u>толпа</u> людей.* «Актриса») Сюжет построен вокруг женщин писателей (Льва Толстого, Ивана Тургенева, Владимира Маяковского, Владимира Высоцкого, Михаила Булгакова) и художника (Сальвадора Дали). Имена женщин не раскрываются практически до самого конца выпуска, но на протяжении

повествования слушатель может вылавливать подсказки: окружающая обстановка, имена и фамилии людей, которые состояли в близком контакте с писателем, знаменитые фразы из писем. Слушателя заинтересовывает эта интрига: половину подкаста он слушает, вероятно не подозревая о ком ведётся повествование. Система подсказок интертекстуальна, она с очевидностью представлена в подкасте «Хранительница»:

подсказка 1) в начале повествования вербализуются окружающие имена: проходящий мимо Маяковский, сидящий за пианино Пастернак, которые актуализуют значение того, что главная героиня и её спутник имеют отношение к миру писателей;

подсказка 2) в середине подкаста героиня говорит о звонке Сталина, периодически упоминает конкретные даты, жизненные обстоятельства (ей и её мужу не выдают заграничный паспорт, ситуация со МХАТ), периодически фигурирует Станиславский;

подсказка 3) практически в конце появляются имена — Лена и Миша, и теперь слушателю известно имена главных персонажей;

подсказка 4) героиня сидит ночью у некоего пруда и размышляет: *Миша умер. Свидание во сне — это всё, что у тебя осталось от него помимо наследия из романов и пьес* (пресуппозитивно: муж героини писал романы и пьесы);

подсказка 5) к героине подходит *мужчина столь странного вида, что у тебя скептически поднимаются брови. На нём жокейский картуз, клетчатый пиджачок, клетчатые брюки подтянуты настолько, что видны грязные белые носки. Тощий с глумливой физиономией.* Слушатель имеет возможность сопоставить образ незнакомца с Коровьевым, в котором он предстал перед нарратором на Патриарших прудах, и почти разгадать тайну героини, фамилия которой ещё не произносилась. Однако между персонажами возникает диалог: *«Не стоит даме одной дремать на Патриарших прудах, знаете ли. По ночам здесь бродят опасные типы», —*

мерзко улыбается он. Ты строго смотришь ему в глаза и отвечаешь: «Я Елена Булгакова. Мне нечего бояться».

Образ автора в каждом из выпусков представляет собой единый субъект сознания, рассказчица не всеведуща, она повествует лишь о том, что происходит с ней в эту минуту и в этом месте. Повествование ведётся «сейчас», в настоящем времени (*Мимо тебя к коридору проплывает Маяковский. Ты меришь его недовольным взглядом. «Вы так меня сверлите, что у меня вот-вот бокал треснет в руке», — шутливо говорит он. Ты откровенно натягиваешь фальшивую улыбку в ответ, он с усмешкой проходит мимо.* «Хранительница»). Возможны переходы во времени: так, к примеру, Елена Булгакова сначала рассказывает о первой встрече с будущим мужем, затем следует звуковой эффект, сигнализирующий о смене обстановки, и теперь она говорит о том, как печатает пьесу под диктовку мужа.

Таким образом, анализ подкастов показал, что устные нарративы в интернете преимущественно реализуются с помощью перволичной и третьеличной наррации. 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.

2.5. Повествовательная инстанция в меме

Мем является наиболее распространённым поликодовым объектом выражения информации в интернет-коммуникации. С помощью мема можно распространять информацию, убеждать, пугать, пропагандировать, намекать. Его форма вполне подходит под современный дух клипового мышления, поскольку уже имеет в себе фреймы и концепты современного интернета. Говоря о последнем, имеется в виду конкретное «сейчас», в эту минуту, поскольку интернет-тренды для репрезентации информации меняются с огромной скоростью.

Важно рассмотреть не только мем, но и его языковое и неязыковое обрамление — типовую коммуникативную ситуацию. Сам мем — точнее, его мемологема — подразумевает референцию, зависящую от адресанта. То, насколько референция будет удачной, влияет на успешное совершение коммуникативного акта.

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. Всего было исследовано 39 мемов, основанных на 20 мемологемах.

Мемологема мифологична, а мем только при использовании его в коммуникативном акте — нарративен. 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 простым кадром из художественного фильма (см. Приложение 1) — нам 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 обрасти повествовательными компонентами смысла и тремя началами наррации.

Основа любого мема — языковая игра, направленная на вызов комического эффекта у адресата, который достигается единством фоновых знаний автора и читателя. Последний может не понимать аллюзию на некоторые литературные тексты, кинофильмы, исторические события, не знать значений фразеологизмов, крылатых выражений, лозунгов, что однозначно приведёт к коммуникативной неудаче — отсутствию комического эффекта [Щурина, 2012: с. 170]. Таким образом, главная цель мема как повествовательного текста — создать комический эффект, рассмешить адресата.

Мемы возникают в определённом интернет-сообществе, объединяющем людей по интересам — это юмор «не для всех», а лишь для тех, «кто понимает»: комический эффект рассчитан на определенную аудиторию. Однако благодаря открытости интернет-пространства мем нередко становится известен широкой аудитории, вызывая или трудности в его истолковании, или такую интерпретацию, которая не была предусмотрена при создании мема [там же: с. 164].

Интернет-мемы — это прецедентный феномен, сохраняющий в себе информацию о том тексте, информационном ресурсе, культурном феномене или историческом событии, который послужил источником для появления

мема. Следовательно, мем обладает культурной коннотацией, предоставляющей адресату возможность идентификации прецедентного феномена. Для анализа мема необходимо определить его языковую культуру и языковую культуру составляющих его частей [там же: с. 163].

В этом разделе используются материалы, опубликованные диссертантом в статье «Репост как особый объект судебно-экспертного исследования в лингвопрагматической перспективе» (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). № S1. 2017. С. 227—232).

В Приложении 2 демонстрируется скриншот репоста в социальной сети «ВКонтакте» из публичной страницы («паблика») «Настоящий Лентач». Страница позиционирует себя как новостной портал, освещающий злободневные новости: любое сообщение содержит в себе новость или название новостной статьи, ссылку на её содержание и сопровождается картинкой («пикчер»), как правило, иронично интерпретирующую реалию, отражённую в новости.

Репост со скриншота состоит из нескольких областей (в порядке, который принят в «ВКонтакте», сверху вниз):

1) комментарий пользователя, осуществившего репост;
2) гиперссылка на первоисточник;
3) вербальный текст сообщения;
4) мем.

Соответственно, существует несколько последовательностей восприятия репоста как текста, поделённого на визуально оформленные части.

1) Комментарий «Всё для пассажиров!» отдалённо напоминает слоган транспортной организации с пресуппозицией: *‘Для пассажиров (некоего*

транспортного средства) предоставляются все необходимые блага'. Именно с помощью пресуппозитивных компонентов восстанавливается имплицитное нарративное содержание H1:

А) Олег увидел пост;

Б) Олег с помощью фоновых знаний и языковой компетенции по-своему интерпретировал пост;

В) интерпретация Олега не обязательно совпадает с тем, что задумывалось автором;

Б) у Олега появилось желание сделать репост записи на свою страницу;

В) Олег нажал на кнопку репоста;

Г) у Олега появилось желание прокомментировать репост и, вероятно, возникли какие-то эмоции, которые побудили его тоже пошутить;

Д) Олег сделал репост записи на свою страницу и добавил к нему свой ироничный комментарий.

Восприятие комментария реципиентом будет зависеть в том числе от его мнения об Олеге и репутации последнего в интернете: либо он серьёзный человек, употребляющий лексемы исключительно в прямых значениях, либо Олег известен юмористическими или саркастическими высказываниями.

Конситуация, которая является условием для нарративизации, определяется публичной страницей, где размещён оригинальный пост, и его основным контентом: материал, публикуемый на странице "Настоящий Лентач" зачастую содержит общественно-политическую коннотацию и, кроме того, имеет оттенки ироничности. Механизм репостинга в социальной сети «ВКонтакте» всегда одинаков.

2) Сообщение *Волейболиста сняли с авиарейса "Победы" из-за слишком длинных ног*, на первый взгляд, кажется комичным (что, к слову, вполне обычно для этой публичной страницы). При переходе по ссылке выясняется, что молодой человек, имеющий рост 215 сантиметров, был выведен полицейскими с борта самолёта якобы за то, что нарушил порядок в самолёте (выставил ноги в проход между сиденьями).

Сообщение событийно (даже при отсутствии возможности перехода по ссылке), и оно содержит группы актантов. Назовём его Н2.

Без экстралингвистической составляющей (в том числе и того, что в СМИ лоукостеры известны пренебрежительным отношением к собственным клиентам) из предложения выводится инференция: *‘На самолёте авиакомпании «Победа» пассажирам с аномально длинными ногами находиться запрещено’*.

Анарративная мемологема представляет собой репродукцию картины художника Роберто Бомпиани, повторяющую сюжет из «Божественной комедии»: Данте и Вергилий на спине демона Гериона (*«...острохвостый зверь, сверлящий горы...»*) пересекают бездну между седьмым и восьмым кругами Ада.

Дополняет экспозицию и превращает её в мем ироничная надпись *Последний раз лечу лоукостером*, чем проводится параллель между вербальным и медийным компонентами исследуемого репоста. Не каждый обнаружит сходство с известнейшей поэмой эпохи Возрождения, но дополнительных искусствоведческих познаний и не требуется — спроецировать образ чудовища на авиакомпанию-лоукостер под силу человеку с любым уровнем культуры.

Имплицитная (невербализованная) информация, которая также подлежит интерпретации, выводится из исследуемого медиатекста с помощью логического анализа. Вероятно, этим репостом пользователь намеревался поделиться с друзьями новостью о нелепом инциденте на борту самолёта. Ироничный комментарий *Всё для пассажиров!*, которым расширен репост, влияет на восприятие сторонним пользователем целого медиатекста (пост и его расширения). В большинстве случаев он может быть интерпретирован как вербализация желания высмеять то явление, о котором идёт речь в посте: эффект достигается автором репоста и комментария к нему с помощью антифразиса. Таким образом, фраза *Всё для пассажиров!* в общем

контексте будет пониматься так: *‘Олег считает, что у лоукостера «Победа» плохое отношение к собственным пассажирам’*.

Таким образом, в разделе показаны условия для нарративизации интернет-мема. Для изучения мема как повествования необходимо восстановить его событийные импликатуры с помощью конситуации и знания механизма возникновения коммуникативного акта в интернет-пространстве. Основа мема — мемологема, которая сама по себе анарративна. Мем без экстралингвистической рамки также не может быть адресованной речевой моделью события. Особенность мема в том, что происходит вторичная нарративизация — моделирование именно речевого события, а не события реальной жизни, как это бывает с большинством нарративов. Интернет уже создал модель живой человеческой коммуникации, поэтому мему остаётся только моделировать и нарративизировать вторично — речевое событие по поводу реального события. Средствами нарративизации, как было установлено, служат метатекстовые расширения: комментарии, репосты, отметки «Мне нравится» и иные приёмы отклика адресата.

2.6. Рекламные и публицистические нарративы

Сферы современных цифровых маркетинга и публицистики являются яркими примерами использования нарративности как ключевой стратегии текстопорождения. В интернете разворачивание повествования иногда называют *сторителлингом*. *Storytelling* (от англ. *storytelling — рассказывание историй)* — это текст, предусматривающий, с точки зрения лингвопрагматики, разного рода интенциональные составляющие. Нарратив может быть, к примеру, побуждающим к действию, убеждающим (и пропагандирующим), сообщающим (и информирующим) и др.

В этом разделе используются материалы, опубликованные диссертантом в статье «О попытках анализа спорного нарратива в рамках

судебно-лингвистического исследования поликодовых интернет-текстов» (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.).

В качестве примера рассказывания истории в рекламной сфере рассмотрим *landing page* (в пер. с англ. — посадочная страница) для Apple iPhone XR как текст в широком понимании (нечто, воспринимаемое субъектом как осмысленная связная последовательность знаков, нечто, могущее быть осмысленным таковым [Радбиль, 2017: с. 429]). Текст побуждает приобрести товар — iPhone XR, пусть и без императивов *купи, приобрети* (современного читателя-покупателя не завлечь с помощью прямых номинаций — *он умён*, что понимают сторителлеры, вступая в коммуникацию): с потенциальным покупателем беседуют на вы *(Улучшенный Face ID. Теперь у вас есть пароль, который надёжно защитит ваши личные данные. Это ваше лицо),* используя приёмы гиперболизации *(Передовые технологии позволили добиться невероятно глубокого, насыщенного цвета задней панели из стекла… Это самый умный и мощный процессор iPhone с системой Neural Engine нового поколения).* Объект представлен в выгодном свете — употреблено его прямое наименование и положительное к нему отношение нарратора; кроме того, приводится масса причин (облечённых в позитивные качества устройства), по которым читатель-покупатель должен стать обладателем (=должен захотеть стать обладателем) iPhone XR. Таким образом, установлено коммуникативное намерение — побуждение к приобретению устройства.

Кроме рекламных нарративов особое распространение приобрели нарративы информативные (например, посты блогеров в «Instagram») и

нарративы пропагандистские. Отметим, что конкретно квалифицировать разновидность медийного нарратива практически невозможно: формы смешиваются между собой, зачастую образуя коллаборацию нарративных жанров.

Нарративная форма текстов способствует их несложному восприятию, поскольку, как показывают психологические исследования, для человека свойственно организовывать опыт с помощью нарративных моделей [Sharp, 2009: с. 143]. Кроме этого, нарративная форма активирует нарративное воображение — читатель не просто узнаёт о событиях, но представляет их.

Публицистические нарративы основываются на событиях реальной действительности, которые рассказчик переводит в текстовый модус. Инстанция всеведущего рассказчика в этом случае практически исключена, поскольку повествование ограничено осмысленными читателем фактами. Нарратор в публицистическом нарративе может принимать формы как перволичного, диегетического (см. исследование, отражённое в подразделах 2.3.1 и 2.3.2), так и третьеличного, экзегетического (о чём речь пойдёт ниже).

Разновидностью публицистических нарративов является новостной нарратив. Их главная особенность в том, что новостная информация сама по себе нарративна, поскольку основу новизны составляет событийность: явление чего-либо действительно нового — это и есть «событие» [Тюпа, 2017: с. 42]. Каждая следующая новость нивелирует нарративную ценность предыдущего, и в этой части новостной нарратив отличен от художественного.

В качестве примера приведён анализ новостного нарратива с заголовком *Битцевский лес превратят в парк. Под угрозой сто видов птиц и краснокнижные растения.* Событийность обнаруживается при первом же прочтении — в центре оказывается ситуация по противодействию правозащитников инициаторам вырубки леса. Нарратив интенционален: события представлены с позиции нарратора, который использует обращения

к авторитетным источникам — для аргументативного сопровождения иллокутивной функции убеждения.

Адресант вербализован и ему соответствует экзегетический нарратор, т.е. он повествует о событиях, которые с ним не происходили, участником которых он не являлся. С самого начала наблюдается нарраторская тактика противопоставления природы городскому строительству с использованием параллелизма — предложений, аналогичных по синтаксической структуре с однородными членами предложения.

Лид описывает образ леса: *Внутри — долины рек, чистейшие родники, липняки, ельники. Тут живут пчелы, шмели, бабочки, краснокнижные животные: летучие мыши, ласки, горностаи, зайцы, ежи, дятлы.* Иными словами, нарратор осуществляет репрезентацию леса как чего-то чистейшего и исключительного.

Далее — противопоставление, то, что угрожает зайцам, ежам и популяции дремликов: *Всему этому теперь угрожает благоустройство и реновация: плитка, фонари и новые жилые комплексы*. Это предложение выделено графически — курсивом, чтобы заострить внимание читателя на угрожающем лесу образе. Языковая игра возникает из сочетания слов с различными оттенками значений *угрожает* и *благоустройство и реновация* — читатель должен угадать саркастический тон нарратора.

В основной нарратив встраивается ещё одна повествовательная структура — нарратив-мнение, нарратив авторитетного источника (экспертом в вопросе выступает учёный-зоолог): *Встречаются большие синицы, лазоревки, поползни, зяблики, зарянки. По деревьям ползают пищухи, но их трудно заметить, потому что они маленькие и окрашены под кору. Есть снегири, совы, над лугами летают ястребы. Коллега несколько лет назад видела милейшего мохноногого сыча. Мечтаю такого встретить. Самая удивительная птица, которую я замечала, — это, наверное, зеленый дятел.* Природа Битцевского леса снова приобретает образ исключительности, неповторимости — от ещё одной повествовательной

инстанции. Реципиент не просто читает текст, он осмысляет проблему, ведомый сразу несколькими повествователями. Кроме этого, в статье неоднократно приводятся ссылки на авторитетные источники информации, с помощью которых нарратор подкрепляет свою позицию по застройке леса (*По закону; Это подтверждает Х, бывшая руководительница отдела охраны природного комплекса; Специалист предполагает; полагает муниципальный депутат У*). Для создания эффекта знакомства и «нашести» специалисты описываются как друзья леса: *Агроэколог и житель Чертанова А постоянно ходит в лес и проводит там ботанические экскурсии, знает всё о местных растениях; Зоолог и бердвотчер Р, которая два года работала в экоцентре в Битцевском лесу, любит его именно за то, что это настоящий лесной массив в мегаполисе — можно зайти и потеряться.*

Поэтическую функцию выполняют активно использующиеся нарратором выразительные языковые средства. Например, олицетворение (*природа пострадала),* эпитеты (*бурные протесты*), метафоры (*свернуть планы*). Ироничные конструкты, выражающие оценку нарратором ситуации, выделяются кавычками (*подготовили «нормативную базу», критиковали «избыточное благоустройство»*).

Повествовательная модальность реализуется с помощью чередования глагольных форм прошедшего и настоящего времени: *в жизнь леса вмешался департамент капитального ремонта* и *жители юга Москвы пытаются спасти лес и борются с мэрией*.

Текст оформлен в минималистичном стиле, поделён на смысловые части с подзаголовками, а также креолизован приятными и даже умиляющими иллюстрациями парка ([Фотография ласки] *В Битцевском лесу живут ласки* [ниже — фотография ёжа] *и ёжики*). Некоторые фрагменты выделяются графически другим шрифтом для привлечения внимания читателя, например, ёмкая фраза-сравнение *Благоустраивать лес — все равно что дезинфицировать море хлоркой*.

Основной персонаж нарратива — лес, который согласно модели Греймаса является Объектом. По поводу него не утихают споры между группой Субъектов — жителей юга Москвы (Помощники), активистов (Помощники), «The Village», с одной стороны, и мэрией Москвы (Противник), с другой стороны. «The Village» в лице авторизованного нарратора выступает главной повествовательной инстанцией, проявляющейся в том числе и в эгоцентрических элементах (*противоречит правилам поведения, подрубили дерево и др.*). Нарратору известно, что в Битцевском парке есть *чистейшие родники*, жители юга Москвы не спасают, а *пытаются спасти лес*, *«развитие»*, за которое выступают депутаты, ненастоящее, поэтому взято в кавычки.

В результате исследования 66 нарративов (54 публицистических — на ресурсах «The Village», «Батенька, да вы трансформер», «The Noisetier», «Open Horizons», «Veter Magazine» и др., 12 рекламных — в «крафтовых» СМИ, в зарегистрированных СМИ, в социальных сетях) 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, пользованием или непользованием 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.

2.7. Микронарратив в микроблоге

Нарративным потенциалом обладают многие твиты в социальной сети «Twitter». Всего было исследовано 49 твитов (32 с перволичной наррацией и 17 с третьеличной наррацией). Детально рассмотрим один из них, который, являясь поликодовым текстом, имеет две составляющие:

(1) повествовательное предложение *У Паратова абсолютно крыша съехала* и

(2) изображение с письменным текстом, начинающимся со слов *Об использовании в ООО «Ласточка» мобильных телефонов,* оканчивающимся подписью *Генеральный директор В. Г. Паратов.*

Фрагмент (1) по отношению к фрагменту (2) вторичен, представляет собой текстовый элемент последующего порядка; как правило, такие высказывания порождаются в качестве реакции на первичный код. Высказывание (1) — это метатекст, слово по поводу слова, вербальный результат эмоции автора на первичный текст (2). Кроме того, высказывание У *Паратова абсолютно крыша съехала* относится к речевому жанру комментария.

Сочетание *крыша съехала* образовано в результате трансформации фразеологизма *крыша едет (поехала)* (у кого. разг.-сниж. Кто-л. сходит (сошёл) с ума. *У него крыша поехала от успеха* — значение приведено по словарю: Новейший большой толковый словарь русского языка / гл. ред.

С. А. Кузнецов. — СПб., М.: Норинт; Риполклассик, 2008.) и семантической синонимической связи слов *голова / крыша*. Наречие *абсолютно* имеет оценочное значение. Таким образом, событийное содержание выглядит так: *Блогер посчитал в результате какого-то события, что Паратов абсолютно сошёл с ума.*

В структуру речевого сообщения, которым адресант обменивается с адресатом, непосредственно входят нарративный компонент (1) и изображение текста (2), а также своего рода дополнения в виде комментариев, лайков (отметок «Мне нравится»), репостов (цитирований).

Адресант сообщения — автор текста (1), который хорошо понимает, что имеет собственную аудиторию читателей. В некоторых случаях авторы текстов и адресанты могут не совпадать, поэтому автором условно считаем человека, который создал поликодовую композицию и опубликовал её (он может не быть автором интертекстуальных фрагментов, но интенции (иллокутивные силы) публикации порождены им).

Адресатом является читатель со схожей с авторской апперцепционной базой (фоновыми знаниями) и представлениями о мире — как правило, аудитория аккаунтов социальных сетей формируется из фолловеров (от англ. *follow* — следую) — последователей. Читатели в «Twitter» — в широком смысле — те, кто поддерживает точку зрения блогера, разделяет его позиции и взгляды полностью или частично. Особенность блогодискурса такова, что автор публикует своё **мнение** о социально-политическом, экономическом, правовом явлении, событии; о людях, вещах и т.д. Это обстоятельство предопределяет общую модальность текстов, порождаемых в рассматриваемой речевой среде.

С функциональной точки зрения твит как речевое произведение решает несколько задач. Так, коммуникативная задача (и, соответственно, реализуемая коммуникативная функция) связана с контекстом. Автор высказывания (1) в качестве реакции на текст (2) представляет информацию в виде своего суждения У *Паратова абсолютно крыша съехала.* В качестве

ответа на возможный вопрос читателя *Почему у Паратова абсолютно съехала крыша?* размещено изображение первичного текста (2). Логические связи между ответом на восстанавливаемый из структуры коммуникативного акта презюмируются — они представляют собой пресуппозитивные компоненты смысла *‘У Паратова абсолютно крыша съехала, потому что он подписал документ, изображение которого я разместил ниже’* и — наоборот: *‘Я разместил изображение документа для того, чтобы читателям стало понятно, о чём идёт речь в моём высказывании’*. Укажем, что прикрепление изображения текста (2) прямо влияет на экспликацию модальности текста (1) лингвистом и на стратегию интерпретации текста (1) читателями (преимущественно с бытовым уровнем языковой компетенции). Автор не демонстрирует читателю новой фактической информации, однако демонстрирует свой взгляд на ситуацию вокруг документа о запрете пользования мобильными телефонами.

Адресат определяет наличие конативной функции. В речевом сообщении блогера выражены его установки на адресата (читателей), стремления на него воздействовать, сформировать определенный характер взаимоотношений — вызвать сочувствие к сотрудникам ООО «Ласточка», которым запретили в рабочее время пользоваться техникой с функциями фиксации.

Фатическая (контактоустанавливающая) функция обусловливается установлением контакта между блогером и его читателями с помощью языковых единиц.

Эмотивная (экспрессивная) функция связана с адресантом, её цель — выражение отношения говорящего к содержанию высказываемого. В высказывании прямо выражено субъективное отношение к действию Паратова по подписанию приказа из текста (2), то есть главная цель этого сообщения — эмоциональная реализация. Эмоциональный эффект реализуется с помощью использования слов с ироничной коннотацией (фразеологизм, наречие с гиперболизацией).

Эстетическая функция связана с незаурядностью высказывания для глаза читателя с обыденным языковым сознанием. Пропозиция оценочного комментария блогера к документу не является уникальной, но тем не менее привлекает читателя доступностью восприятия. Метаязыковая функция заключается в том, что блогер, имея активную аудиторию, ощущает потребность этой аудитории в его комментариях различных общественных событий, потому выражает вольное мнение (по предсказуемому совпадению и тенденции к сочувствию т.н. «униженным и оскорблённым») по поводу приказа руководителя ООО «Ласточка» Паратова.

Анализ функций текста показал, что высказывание (1) направлено на эмоциональное воздействие на читателей, самим по себе являясь выражением речевой эмоции. Цель сообщения — донесение оценочного суждения до читателей.

Высказывание событийно, имеет повествовательную модальность, поэтому квалифицируется в качестве речевого акта наррации, однако при дальнейшем исследовании могут быть выявлены и дополнительные иллокуции. Кроме прочего, *У Паратова абсолютно крыша съехала + изображение текста (2)* — речевой акт класса экспрессивов. Он складывается из трёх составляющих: локутивного акта (подлежащее, выраженное антропонимом, простое глагольное сказуемое, выраженное фразеологическим оборотом, и обстоятельство степени), иллокутивного акта (*F(P)*[1] = оценочное суждение (*Я оцениваю действия по изданию приказа (2) как действия человека, который совсем сошёл с ума*)), перлокутивного акта (воздействие осуществляется, чтобы *1)* расположить адресата (читателей) к говорящему (блогеру), вызвать по отношению к говорящему положительную реакцию читателей; 2) вызвать дискуссию, а также возможную негативную оценку собственной реплики).

Таким образом, микронарратив — нарратив небольшого размера, состоящий из одного-двух повествовательных предложений. Ресурс для

[1] F — иллокутивная функция (сила); P — пропозициональное содержание.

микроблогинга «Twitter» — это ресурс, где могут функционировать нарративы ограниченного создателем ресурса объёма, однако прочтение множества кодов, сопровождающих основное высказывание, помогает восстановить имплицитные содержания, обладающие повествовательной модальностью.

2.8. Макронарратив: концептуальное повествование

2.8.1 История одного самиздата (на примере издания «Батенька, да вы трансформер»)

Разновидностью публицистических нарративов является контент «крафтовых» медиа. К ним относятся виртуальные издания, не зарегистрированные в качестве средства массовой информации. Их цель — рассказывать о действительности вне каких-либо ограничительных рамок.

Довольно примечателен ресурс «Батенька, да вы трансформер». «Батенька» — это пронизанный идеологией самиздата онлайн-проект, который открыто не позиционирует себя средством массовой информации. Коллектив авторов сознательно уходит от традиционных медийных стандартов, не привязывая статьи к информационным поводам. Статья в «Батеньке» — это исследование, инициированное по личному желанию автора. «В рамках одного материала могут быть обнаружены структурные элементы как научно-популярной статьи, так и репортажа с включенным наблюдением» [Болдырева, 2018: с. 79]. В Приложении 3 находится скриншот подвала главной страницы сайта.

В журналистике сформированы положения для описания феномена «Батеньки» и подобных СМИ:

— отсутствие регистрации в качестве СМИ;

— сознательное отмежевание от внешних форм журналистики как индустрии при соблюдении организационных форм;

— использование при формировании контента принципа глокализации;

— для интерактивного взаимодействия с аудиторией создаются собственные концепты, мифологемы или целостная мифология, погрузившись в которую читатели становятся «своими», усваивают ценностные нормы;

– изобретение «собственного» языка, намеренное разрушение профессиональных штампов на всех уровнях вербального текста и визуально-графического оформления» [там же: с. 80].

Издание часто привлекало внимание в качестве уникального объекта для исследований «крафтовых» медиа, однако до сих пор остаётся непопулярным для русистики и нарратологии. Тем не менее, формы коммуникативного взаимодействия, положенные в основу этого ресурса, могут представлять определённый интерес.

Речевые особенности «Батеньки» в том, что язык статей определяется материалом и темой, может содержать специальную лексику, терминологию, сниженную лексику, жаргон.

Создателями «Батеньки» сформулирована и идеология — это Орден апокалиптологов. Здесь есть свой манифест, который сводится к предложению «Конец света уже наступил, просто никто не заметил». Создатели самиздата считают своим вдохновителем Теодора Глаголева (он же располагается на логотипе самиздата) — полумифического персонажа, который *должен был сесть на «Титаник», но не сел, и всё равно пропал*, а однажды даже пролил на Мопассана кофе в ресторане на Эйфелевой башне. Провозглашается, что деятельность «Батеньки» — это продолжение исследований и бесконечного поиска Глаголева, несправедливо забытого миром русского супергероя, путешественника, орнитолога, апокалиптолога. Главной миссией его было изучение людей, которые не обращают внимания на то, что конец света настал давно: *Глаголев путешествовал по миру и собирал сведения об удивительной жизни людей после Конца света. Повадки. Привычки. Заблуждения. Мечты. <…> Клондайк, зарождение*

американского футбола, расцвет спиритизма в Европе, танцы мёртвых тел под силой электрического тока, неизвестные племена, войны, аварии, трагедии, соревнования, ежедневный сюр с газетных полос — всё это было в жизни Теодора Глаголева. Создатели «Батеньки» планируют изучать жизнь людей в условиях Постапокалипсиса — то есть, по их мнению, сейчас.

Обычная практика для издательских ресурсов — убеждение читателя подписаться на рассылку. В «Батеньке» это сделано так же идеологично: надпись *МИР В ОГНЕ* крупными буквами и текст, который якобы обещает читателю в случае подписки *не погибнуть в этом хаосе*. Поисковая строка заполнена текстом *Найти то, что потеряно* — в духе постапокалиптичности предлагает читателю отыскать что-то утерянное.

У «Батеньки» собственный шрифт, который, как показывают наблюдения, становится всё более узнаваемым. Самиздат расширяется — делает много рекламных интеграций и спецпроектов (например, с «Мегафоном», «Инвитро»), нарративных подкастов.

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 намерение его создателей может считаться неудачным. Идеальный читатель — это тот, кто принял условия игры, кто согласен или почти согласен с философией постапокалипсиса, а потому готов *исследовать мир* таким, как его видят создатели «Батеньки». Тексты строятся с учётом имплицируемой позиции такого читателя, его культурной и языковой компетенции, интересов и ожиданий.

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 креолизованы, размер шрифта меняется в зависимости от смысловых акцентов, которые авторами считаются наиболее важными. Все статьи и нарративное обрамление (история Глаголева, манифест «Батеньки») представляют собой особую форму моделирования реальности — чтобы истории таксистов, феминисток и шизофреников стали ещё интереснее, им придаётся постапокалиптичный смысл — якобы это те истории, что 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.

2.8.2. История, которая продаёт (на примере интернет-магазина «Robber Baron»)

Одна из уже привычных форм рекламных текстов в русскоязычном интернете — посты в социальной сети «Instagram», позволяющей осуществлять деятельность по продаже товаров и услуг. Феномен «Instagram» коррелирует с тенденцией клипового мышления — социальная сеть допускает публикацию изображения (фотографии, мема) и подписи к нему. В этом случае креолизация бывает как полной, так и частичной, что зависит от автора публикации или СММ-менеджера, который занимается ведением аккаунта.

Рекламные тексты в «Instagram» функционируют в двух ипостасях — 1) в отдельных постах (например, блогеров) и 2) 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.

В социальной сети «Instagram» в качестве онлайн-магазина функционирует проект «Robber Baron» (Приложение 4), основное направление работы которого состоит в продаже одежды с фрагментами картин популярных художников Ренессанса. Создатели «Robber Baron» создали не только Барона-Разбойника — хозяина бренда, но и историю вокруг него. По информации авторов проекта, метод переноса изображения на толстовки и футболки разработан алхимиками Барона, шьют одежду придворные гномы, а «отбор фрагментов и контроль качества осуществляется самыми суровыми инквизиторами». И если сайт бренда ограничивается лишь краткими описаниями продукции и концепции магазина (например: *Футболка из 100% хлопка цвета летней грозы с вышивкой и единорогом от Мартина де Воса. Оригинальный крой подходит и рыцарям, и принцессам. Сидит одинаково хорошо, как по фигуре, так и оверзайз),* то в «Instagram» обнаруживаются нарративные тексты.

Повествования под постами обычно не связаны друг с другом, но объединены концепцией. До конца не ясно, является Барон-Разбойник положительным персонажем или отрицательным: он просто предстаёт перед читателями в качестве хозяина замка, в котором осуществляется пошив одежды. Историй про его разбойничество нет, потому предполагается, что «Разбойником» он назван для создания интертекстуальной «перчинки», которая для читателя-покупателя способна открыть дополнительные истории.

Необходимо выделить следующие направления описания проекта.

1) Система персонажей не является закрытой — она может обновляться путём добавления новых действующих лиц. Персонажей в проекте больше двадцати, у каждого из них есть своя функция.

— **Барон-разбойник** возглавляет производство одежды, он главный идейный вдохновитель, ему подчиняются все остальные персонажи, относящиеся к производству в замке.

— **Агенты** «Robber Baron» — это персонажи, которые якобы сотрудничают с художниками (причём, читателю сообщается о реальных взаимодействиях агентов с художниками на момент повествования: *Агенты «Robber Baron» сделали предложение от которого невозможно отказаться Лукасу Кранах Старшему. Теперь перед вами «Адам и Ева», интегрированные в мужскую и женскую футболки).*

— Непосредственно сами **художники** тоже оказываются внутри сюжета: *Великий ужасный Иероним Босх поделился с #RobberBaron кусочком своего триптиха! Встречайте фрагмент «Сада земных наслаждений» в нашей стильной футболке с контрастной отстройкой! // Футболка “Pardus” original, разработана алхимиками ROBBER BARON совместно с Мартином де Восом.*

— **Придворные фрейлины** являются одними из ключевых фигур в обеспечении швейного производства: *Наши придворные фрейлины бессонными ночами вшивают фрагменты картин, чтобы поделиться с вами этой красотой!*

— Фрейлинам помогают **Гномы**, которые занимаются упаковкой заказов и созданием фотоконтента для интернет-магазина: *Наши гномы-белошвейки теперь работают в две смены! // Упаковывая заказы, наши гномы слушают красивую музыку и думают только о хорошем! // Специально поторопим гномов с фотоаппаратами.*

— **Феи** также принимают участие в пошиве одежды, но в постах не конкретизируется, в чём это участие заключается (однако, читатель узнаёт, что настроение фей имеет важное значение для производства, поскольку

контролируется инквизиционной службой замка): *Качество экземпляров, как и настроение наших швейных фей, контролируется Инквизицией замка!*

— **Алхимики** (*Алхимики «Robber Baron» внимательно следят за качеством ваших свитшотов // Алхимикам «Robber Baron» в секретной лаборатории / используя тайные знания / древних рецептов / удалось создать для вас бомбу!*)

— **Рыцари** в лучших традициях волшебных сказок также присутствуют в нарративе: *Рыцари Барона-разбойника стоят на страже вашей индивидуальности.*

— **Таможенники королевства** (Мы гордимся своей продукцией и работой таможенников нашего королевства).

— **Гоблины** *(Хеллоуин - самое жутко время в замке «Robber Baron». В эти дни гоблины и гномы наряжаются в людей и идут на нелюбимую работу!)*

— **Придворный копирайтер** *(Здесь должен был быть умный текст об искусстве, истории, о модных тенденциях. Но наш придворный копирайтер всё позабыл глядя на такую красоту!* 🤩*)*

— **Пресс-секретарь замка.**

— **Мудрец** *(Но только мудрец в высокой башне давно доказал, что лучше всего поднимают настроение подарки, которые мы дарим другим!)*

— **Сыщики** (В ходе расследования дела о загадочном появлении стильно одетых людей, сыщики вышли на замок “ROBBER BARON”, откуда в специальных тубусах футболки рассылаются по всему миру!)

— **Волшебный зверь Unicornis.**

— **Жанна из Орлеана** *(Дабы вернуть покой в наши края, Барон распорядился приручить зверя, для чего была вызвана усмирительница тигров и бургундцев, давнишняя подруга Барона - Жанна из Орлеана).*

— **Волшебных дел мастер.**

— **Штатный учёный-лепидоптеролог.**

— **Звездочёт** (*Звездочёт нашего королевства рекомендует встречать новый год в Худи “Lynch”*).

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! Друзья, Барон любит вас всей широтой своего сурового сердца* 🖤). Среди персонажей присутствует пресс-секретарь замка, который очень напоминает SMM-менеджера интернет-магазина, однако о пресс-секретаре повествователь говорит в третьем лице, что наталкивает на мысль о том, что это разные персонажи (*На три постоянно задаваемых вопроса пресс-секретарь* ***нашего*** *замка каждый день отвечает «нет»: 1. Нет, эта футболка соткана не из перьев ангелов, просто такой невероятно нежный хлопок! 2. Нет, рисунок не выцветет за время равное существованию Священной Римской Империи. 3. Нет, она не белого цвета, она цвета парного молока любимой коровы нашего барона! Да, и кстати, цена 2.700 указана в рублях, а вовсе не в золотых дукатах!*). В одних случаях нарратор выступает в качестве 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 глинтвейн, 🔬алхимик заряжает тубусы флюидами добра, а Барон играет в шашки с амбарным котом 🤔*), в других — он подробно рассказывает истории, случившиеся с Бароном: *История появления этого свитшота весьма примечательна. Прошлой осенью в окрестных лесах Барон с мартышкой-оруженесцем охотился на лис (лисами у нас называют сосновые шишки, ведь охота на живых зверушек в королевстве “ROBBER BARON” считается дурным тоном). 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 свитшоте, 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. Читатель ощущает себя внутри сказки, для него создаётся эффект присутствия.

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:

robber_baron_ru @andruhamoscow *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* 🙈🙊🙉

andruhamoscow @robber_baron_ru *Спасибо. Мы уже с Романом всё решили.*

robber_baron_ru @andruhamoscow *выпишем Эльфу-Роману премию призрачных дукатов!)*

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 «Lynch».* 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 высказывании скрыто имплицитное побуждение к покупке.

Таким образом, нарративизация концепции интернет-магазина оказывается достаточно эффективной для главной цели — продажи дизайнерской одежды. Сказочные мотивы привлекают внимание читателя, заставляют подписаться на аккаунт и остаться наблюдателем или потенциальным покупателем.

Выводы по второй главе

Анализ различных моделей наррации позволил сделать следующие выводы.

Перволичный нарратив в социальных сетях может иметь синхронную и асинхронную части относительно момента речи. Повествователь в таких нарративах реализует определённую иллокутивную функцию, осознавая, что имеет определённую аудиторию читателей. Кроме того, он может ожидать от публикации определённого перлокутивного эффекта (осуществление читателями действий — комментирование, отметки «Мне нравится» 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 качестве третьеличного повествования была рассмотрена хипхопера «Орфей & Эвридика» Noize MC (2019) — яркий пример соединения нарратива, лирики и мифа. Установлено, что возможно существование абсолютно лиричных композиций, тогда как абсолютно нарративные невозможны, поскольку рэп-текст с момента авторского замысла орнаментален и детерминирован лирикой. При варьировании лирического и нарративного регистров возможно и «переключение» типа нарратора — он может быть как диегетическим), так и экзегетическим.

Ненадёжная наррация в интернет-коммуникации представлена преимущественно в блогосфере, а также в социальных сетях «ВКонтакте», «Instagram», «Facebook» и др. Рассказчиками в этом случае становятся 1) авторы нарко-и алкозависимые; авторы, страдающие психическими заболеваниями, 2) те, кто избрал манипулятивную стратегию воздействия на читателя.

Установлено, что признаки неискренности повествователя не всегда очевидны, и иногда выявляются лишь с помощью глубокого анализа текста. Так, о ненадёжной наррации могут свидетельствовать следующие признаки: несовпадение семантики слов и высказываний, экспрессивные языковые средства, необъективные, оценочные суждения, большое количество комментариев о себе и саморефлексия, частые обращения нарратора к читателю. Коммуникация является успешной для рассказчика, если читатель не заподозрил, что его обманывают. 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.

Кроме письменных нарративов в интернете функционируют и устные. Была проанализирована специфика разговорных нарративов и подкаст-нарративов. Особенность обоих видов заключается в применении иммерсивности для установления контакта с читателем.

При изучении с позиций лингвистики нарратива интернет-мема показаны условия для его нарративизации. Для того, чтобы проанализировать мем как повествование, необходимо восстановить его событийные импликатуры с помощью конситуации и знания механизма возникновения коммуникативного акта в интернет-пространстве. Основа мема — мемологема, которая сама по себе анарративна. Мем без экстралингвистического обрамления также не может быть адресованной речевой моделью события. 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. Средствами нарративизации, как было установлено, служат метатекстовые расширения: комментарии, репосты, отметки «Мне нравится» и иные приёмы отклика адресата.

Анализ рекламного нарратива показал, что его иллокутивная сила 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 будет связан с обладанием или необладанием какой-либо вещью, пользованием или непользованием услугой.

Нарративным потенциалом обладают многие твиты в социальной сети «Twitter» — ресурса, где могут функционировать нарративы небольшого объёма. Прочтение множества кодов, сопровождающих основное высказывание, помогает восстановить имплицитные содержания, обладающие повествовательной модальностью.

Примечательными являются макронарративы — произведения, которые создают текстовый контент в рамках какой-либо концепции. Так, интернет-самиздат «Батенька, да вы трансформер» имеет особую форму моделирования реальности: чтобы статьи особенно заинтересовывали, им придаётся постапокалиптичный смысл. Также исследование показало, что нарративная концепция интернет-магазина (на примере «Robber Baron») оказывается достаточно эффективной для главной цели — продажи дизайнерской одежды. Сказочные мотивы привлекают внимание читателя, заставляют подписаться на аккаунт и остаться наблюдателем или потенциальным покупателем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведённого исследования было осуществлено лингвопрагматическое и лингвостилистическое описание различных моделей наррации, представленных в современном русскоязычном интернет-пространстве.

Описаны теоретические и методологические основы комплексного исследования моделей наррации в гуманитарном знании. Установлено принципиальное различие 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).

Обоснована методика описания интернет-нарративов, включающая в себя лингвопрагматический и лингвостилистический методы анализа, а также анализ текста с точки зрения его формы, анализ актантной структуры, лингвокогнитивный анализ нарратива. Интернет-нарративы исследованы в соответствии с двусобытийной структурой: на уровне предметной манифестации, или отношений нарратора и читателя, и на уровне повествовательного синтаксиса, или внутренних отношений актантов.

Рассмотрены виды и функции моделей наррации в современной русскоязычной интернет-коммуникации. Кроме того, установлены общие характеристики нарратива в интернете: публичность, поликодовость, интертекстуальность, опосредованность, диалогичность, событийность и нарративная модальность.

Коммуникативная среда интернета обусловливает форму существования различных моделей наррации. Особенности сетевых ресурсов

в виде возможностей комментирования, репостинга, отметок («Мне нравится» и др.), контроля публичности (приватности) предопределяют непрямое 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.

К нарративам, воплощающим письменные модели наррации, отнесены публицистический, «крафтовый», авторизованный и рекламный нарративы. Устные модели наррации реализуются через музыкальные аудионарративы, подкаст-нарративы и нарративы синхронной записи. Кроме того, выделены макронарративы и микронарративы.

Установлено, 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.

Охарактеризованы перволичные нарративы в социальных сетях. Повествователь всегда настраивает иллокутивные силы высказываний в посте на свою аудиторию. Основная функция — установить контакт с читателем, чтобы добиться определённого перлокутивного эффекта (увеличение количества подписок, комментариев, отметок «Мне нравится», охватов и др.).

Исследованы признаки ненадёжной наррации в блогосфере и в социальных сетях: несовпадение семантики слов и высказываний, экспрессивные языковые средства, необъективные, оценочные суждения, большое количество комментариев о себе и саморефлексия, частые обращения нарратора к читателю. Фигура нарратора характеризуется двумя

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

Устное рассказывание проанализировано на примере нескольких моделей наррации. Во-первых, исследование концептуального рэп-альбома (хипхоперы) показало возможность гармоничного сосуществования нарратива, лирики и мифа в рамках одного произведения. Продемонстрировано, что возможно существование абсолютно лиричных рэп-композиций, тогда как абсолютно нарративные невозможны, поскольку рэп-текст с момента авторского замысла орнаментален. Во-вторых, установлено, что подкаст-нарративы в качестве реализации установки на адресата используют экстралингвистические приёмы иммерсивности (звуки, мелодии и др.) наряду с языковыми. Частью нарративной структуры становятся попеременное использование интонационных конструкций, паузация, имитация разнообразных стилей речи (а иногда — и пренебрежение ими), намеренное допущение речевых ошибок. В-третьих, проанализирована модель коммуникативного события рассказывания при ограниченной публичности (голосовые сообщения и голосовые социальные сети).

Освещены 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. Как было установлено, 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.

Охарактеризована специфика рекламных и публицистических нарративов. Разновидностью последнего является новостной нарратив, содержащий фабулу информационного повода. Понятия публицистического, новостного и рекламного нарратива можно разграничить по актантной

структуре, а также с помощью прагматических характеристик. Рекламный нарратив через реализацию конативной функции рассказывает об обладании или необладании товаром, пользовании или непользовании услугой, поэтому иллокуция состоит в побуждении читателя к скорому приобретению. Помощники и Противники в актантной модели чаще всего оказываются равны Адресату.

Описаны особенности реализации микронарративов и макронарративов. Микронарратив — это нарратив небольшого размера, 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»). Макронарратив — произведение, объединяющее текстовый контент в рамках какой-либо идеи. 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 перлокутивного эффекта: рассказывание историй привлекает внимание читателя.

Практически все исследованные нарративные тексты соответствуют классической актантной модели (Адресат — Адресант, Объект — Субъект, Помощник — Противник), однако были выявлены некоторые особенности (детерминированные структурой интернет-нарративов): Адресант может совпадать с Объектом, а Адресат лежит вне нарратива, если отсутствует манипулятивная стратегия. Помощник и Противник для интернет-нарратива иногда факультативны, но в перволичных нарративах они присутствуют почти в каждом случае, причём и тем, и другим может выступать сам рассказчик.

Разумеется, 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.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Алещанова, И. В.* Нарративность: определение понятия [Электронный ресурс] // Известия ВГПУ. 2006. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/narrativnost-opredelenie-ponyatiya (дата обращения: 18.06.2021).

2. *Андреева, В. А.* Событие и художественный нарратив [Электронный ресурс] // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2006. № 21. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/sobytie-i-hudozhestvennyy-narrativ (дата обращения: 08.09.2021)

3. *Андреева, В. А.* Литературный нарратив: текст и дискурс [Электронный ресурс] / В. А. Андреева // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2007. № 46. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/literaturnyy-narrativ-tekst-i-diskurs (дата обращения: 08.09.2021)

4. *Анисимова, Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 128 с.

5. *Анкерсмит, Ф. Р.* История и тропология: взлет и падение метафоры./ пер. с англ. М. Кукарцева, Е. Коломоец, В. Катаева — М: Прогресс-Традиция, 2003. 496 с.

6. *Апресян, Ю. Д.* Дейксис в лексике и грамматике и наивная модель мира // Семиотика и информатика. Вып. 35, 1997. С. 272—298.

7. *Арутюнова, Н. Д.* О синтаксических типах художественной прозы // Общее и романское языкознание. М.: Изд-во Московского университета, 1972. С. 189—199.

8. *Арутюнова, Н. Д.* Фактор адресата // Известия АН СССР. Серия литературы и языка, т. 40, № 4, 1981. С. 356—367.

9. *Арутюнова, Н. Д.* Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 346 с.

10. *Арутюнова, Н. Д.* Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия. — 1990. — С.136—137.

11. *Арутюнова, Н. Д.* Язык и мир человека — М.: Языки русской культуры — 1999. — 896 с.

12. *Арутюнова, Н. Д.* Предложение и его смысл (логико-семантические проблемы). Изд. 5, стереот. М.: URSS. 2007. 384 с.

13. *Асмус, Н. Г.* Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства. / Н. Г. Асмус. Дисс. … канд. филол. наук — Челябинск, 2005. — 265 с.

14. *Атабекова, А. А.* Лингвистический дизайн Web-страницы: семиотические аспекты представления информации (на материале русского и английского языков) [Электронный ресурс] // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2003. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskiy-dizayn-web-stranitsy-semioticheskie-aspekty-predstavleniya-informatsii-na-materiale-russkogo-i-angliyskogo-yazykov (дата обращения: 09.10.2021).

15. *Атарова, К. Н., Лесскис Г. А.* Семантика и структура повествования от первого лица в художественной прозе // Известия АН СССР. Серия лит. и языка, 1976, т. 35, № 4. С. 343—356.

16. *Атарова, К. Н., Лесскис Г. А.* Семантика и структура повествования от третьего лица в художественной прозе // Известия АН СССР. Серия лит. и языка, 1980, т. 39, № 1. С. 33—46.

17. *Баженова, Е. А.* Интертекстуальность // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожиной. М. : Флинта: Наука, 2003.

18. *Баландина, А.* Соцсеть, о которой все говорят: что такое Clubhouse и как ею пользоваться [Электронный ресурс] // Netology.ru — URL: https://netology.ru/blog/02-2021-what-is-clubhouse (дата обращения: 04.06.2021)

19. *Барский, Ф. И.* «Нарративный поворот» в науках о человеке и обществе [Электронный ресурс] // 2009. URL: https://narrlibrus.wordpress.com/2009/08/16/narrative-turn (дата обращения: 20.06.2021)

20. *Барт, Р.* Избранные работы : семиотика, поэтика / Р. Барт ; перевод с французского. — Москва : Прогресс, 1989. — 616 с.

21. *Барт, Р.* Введение в структурный анализ повествовательных текстов / Р. Барт // Французская семиотика : от структурализма к постструктурализму ; пер. с франц. Г. К. Косикова. Москва : Прогресс, 2000. С. 196—238.

22. *Барт, Р.* Нулевая степень письма / Пер. с фр. — М.: Академический проект, 2008. — 431 с. — (Философские технологии).

23. *Бахтин, М. М.* Проблемы творчества Достоевского / М. М. Бахтин. Л. : «Прибой», 1972. 244 с.

24. *Бахтин, М. М.* Формы времени и хронотопа в романе. // Вопросы литературы и эстетики. — М.: Художественная литература, 1975. С. 403—404.

25. *Бахтин, М. М.* Проблема речевых жанров // М. М. Бахтин. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979.

26. *Бахтин, М. М.* Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин — М. : Искусство, 1986. 445 с.

27. *Бахтин, М. М.* Из архивных записей к работе «Проблема речевых жанров» / М. М. Бахтин // Собрание сочинений. Москва : Русское слово, 1997. Том 5.

28. *Белая, Г. В., Симонов, К. И.* Гносео-онтологическая интерпретация дихотомии «Нарратив/текст» [Электронный ресурс] // Известия Самарского научного центра РАН. 2009. №4—5. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/gnoseo-ontologicheskaya-interpretatsiya-dihotomii-narrativ-tekst (дата обращения: 26.09.2021).

29. *Бельчиков, Ю. А.* Стилистика и культура речи. М.: Издательство УРАО — 2000. — 158 с.

30. *Бенвенист, Э.* Общая лингвистика / Э. Бенвенист — М. : Прогресс, 1974. — 448 с.

31. *Бернацкая, А. А.* К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние // Речевое общение: Специализированный вестник / Ред. А. П. Сковородников. / — Красноярск: Краснояр. гос. ун-т, 2000. — Вып. 3 (11) — с. 104—110.

32. *Бодуэн де Куртенэ, И. А.* Избранные труды по общему языкознанию: В 2 т. Том II. М.: Изд-во АН СССР, 1963. 392 с.

33. *Бозрикова, С. А.* Нарративная журналистика в Америке и России / С. А. Бозрикова, Л. В. Татару. — Балашов : Николаев, 2012. — 120 с.

34. *Бозрикова, С. А.* Нарративная журналистика [Электронный ресурс] // 2015. URL: https://clck.ru/FK4f2 (дата обращения: 10.02.2019).

35. *Бойченко, А. Е., Жучкова С.В.* Что скрывает русский рэп? Тематическое моделирование текстов русскоязычной хип-хоп сцены [Электронный ресурс] // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2020. — № 23 (2). — С. 130—165. — DOI: https://doi.org/10.31119/jssa.2020.23.2.6.

36. *Болдырева, Т. В.* Феномен «крафтовых» СМИ // Поволжский педагогический вестник. 2018. Т. 6, № 1(18). С. 76—81.

37. *Болотнова, Н. С.* О некоторых жанрово-стилистических особенностях блога в аспекте регулятивности // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2012. Вып. №1 (116). С. 211–216.

38. *Большакова, А. Ю.* Теории автора в современном литературоведении / А.Ю. Большакова // Известия АН. Серия литературы и языка. — 1998. — Т. 57. — № 5.

39. *Бразговская, Е. Е.* Языки и коды. Введение в семиотику культуры: учебное пособие / Перм.гос.пед ун-т. — Пермь, 2008. — 201 с.

40. *Бремон, К.* Логика повествовательных возможностей / К. Бремон // Семиотика и искусствометрия: сб. пер. под ред. Ю. М. Лотмана, В. М. Петрова. — М. : Мир, 1972. — С.108—135.

41. *Бремон, К.* Структурное изучение повествовательных текстов после В. Проппа / К. Бремон // Французская семиотика : от структурализма к постструктурализму. — М. : Прогресс, 2000. — С. 239—247.

42. *Бугаева, И. В.* Демотиваторы как новый жанр в интернет-коммуникации: жанровые признаки, функции, структура, стилистика // Style: International Scientific and Scholarly Journal for Linguistics and Literary Stylistics. 2011. № 10. P. 147–158.

43. *Бурова, В. Л.* Когнитивный аспект мифа в составе художественного текста: на материале англоязычного художественного текста / В. Л. Бурова. Дисс. ... канд. филол. наук. — Москва, 2000. — 169 с.

44. *Валгина, Н. С.* Теория текста: Учебное пособие / Н. С. Валгина. — Москва : Логос, 2004. — 280 с.

45. *Вежбицкая, А.* Метатекст в тексте // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. YIII. М.: Прогресс, 1978. С. 402—421.

46. *Вежбицкая, А.* Семантика грамматики. [Реферат / Бурас М. М., Кронгауз М. А.]. М.: ИНИОН, 1992. 31 с.

47. *Вежбицкая, А.* Язык. Культура. Познание. М.: «Русские словари», 1996. 416 с.

48. *Винник, В. Д.* Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу // Философия науки. — 2012. — № 4 (55). — С. 110—126.

49. *Виноградов, В. В.* О языке художественной литературы. М., 1959. — 656 с.

50. *Виноградов, В. В.* О теории художественной речи. М., 1971. — 239 с.

51. *Виноградов, В. В.* О языке художественной прозы. М., 1980. — 360 с.

52. *Винокур, Г. О.* Филологические исследования. Лингвистика и поэтика. М.: Наука, 1990. 452 с.

53. *Винокур, Т. Г.* Речевой портрет современного человека / Т. Г. Винокур // Человек в системе наук. — Москва : Наука, 1989. — С. 361—370.

54. *Воронкин, А.С.* Социальные сети: эволюция, структура, анализ // Образовательные технологии и общество. — 2014. — № 1. — С. 650—673.

55. *Гинзбург, Л. Я.* О психологической прозе / Л. Я. Гинзбург. — Ленинград : Художественная литература, 1977. — 443 с.

56. *Гинзбург, Л. Я.* О литературном герое / Л. Я. Гинзбург. — Ленинград : Советский писатель, 1979. — 223 с.

57. *Горный, Е.А.* Онтология виртуальной личности // Бытие и язык: Сб. статей по материалам международной конференции. Новосибирск: Новосибирское книжное издательство, 2004. С. 78–88.

58. *Горошко, Е. И.* Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии. Жанры речи. Саратов: Изд. центр «Наука», 2009. Вып. 6. Жанр и язык. С. 111—127.

59. *Горошко, Е. И., Жигалина Е. А.* Виртуальное жанроведение : устоявшееся и спорное // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. «Филология. Социальные коммуникации». 2011. Т. 24 (63). № 1. Ч. 1. С. 105–124.

60. *Горошко, Е. И.* Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: кол. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М., 2012. С. 9–52.

61. *Горошко, Е. И., Полякова Т. Л.* К построению типологии жанров социальных медиа // Жанры речи. — 2015. — № 2. — С. 119—127.

62. *Греймас, А.-Ж.* Рассуждения об актантных моделях / А.-Ж. Греймас // Французская семиотика : от структурализма к постструктурализму ; пер. с франц. Г. К. Косикова. — Москва : Прогресс, 2000. — С. 153—170.

63. *Гузаерова, Р. Р.* Интернет-мем как знак современного медиапространства // Филология и культура. 2017. № 2 (48). С. 50–54.

64. *Гуковский, Г. А.* Пушкин и русские романтики / Г. А. Гуковский. — Москва : Изд-во «Художественная литература», 1965. 365 с.

65. *Гумбольдт, В. фон.* Избранные труды по языкознанию. Пер. с нем. Изд. 2-е. М.: Прогресс, 2000. 400 с.

66. *Гуторенко, Л. С.* Прецедентность в креолизованных текстах комического характера в современной интернет-коммуникации (на материале английского языка) // филологические науки. вопросы теории и практики. 2017. № 3—3(69). С. 82–85.

67. *Дейк, ван Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.

68. *Добросклонская, Т. Г.* Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). — М.: Едиториал УРСС, 2005. — 288 с.

69. *Егорова, Л. А.* Особенности функционирования звучащего научно-популярного дискурса в гипермедийной среде. // Вестник РУДН, серия Вопросы образования: языки и специальность, 2008, № 3. С. 98—104.

70. *Ефремова, Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: В 3-х т. (СЕ-I) [Текст] / Т.Ф. Ефремова. — М.: Русский язык, 2000. — Т. I. — 1168 с.

71. *Ефремова, Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: В 3-х т. (СЕ-II) [Текст] / Т.Ф. Ефремова. — М.: Русский язык, 2000. — Т. II. — 1088 с.

72. *Ефремова, Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: В 3-х т. (СЕ-III) [Текст] / Т.Ф. Ефремова. — М.: Русскийязык, 2000. — Т. III. — 1042 с.

73. *Жданова, А. В.* К истории возникновения феномена ненадежной наррации / А. В. Жданова // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2009. № 2. С. 151—164.

74. *Женетт, Ж.* Фигуры / Ж. Женетт. — В 2-х томах. Т. 1, Т.2. М., 1998. — 944 с.

75. *Жиличева, Г. А.* Особенности фокализации в романе Б. Пастернака «Доктор Живаго» [Электронный ресурс] / Г. А. Жиличева // Narratorium. — 2012. — №2 (4). — URL: http://narratorium.rggu.ru/section.html?id=10826 (дата обращения: 03.07.2021)

76. *Жиличева, Г. А.* Нарративные стратегии в жанровой структуре романа (на материале русской прозы 1920–1950-х гг.) / Г. А. Жиличева — Новосибирск : НГПУ, 2013. — 317 с.

77. *Жиличева, Г. А.* Поэтика «Доктора Живаго» в нарратологическом прочтении : коллективная монография. Разделы 2.1., 2.2., 2.3. / под. ред. В.И. Тюпы. — М. : Intrada, 2014. — С. 104–126. ; С. 126–139. ; С. 211–230.

78. Жирмунский, В. М. Теория литературы, поэтика, стилистика. Л., 1977.

79. *Замков, А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М., Цынарева Н. А.* Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемам образования [Электронный ресурс] // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2017. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnaya-zhurnalistika-podhody-k-teorii-i-problemam-obrazovaniya (дата обращения: 20.06.2021).

80. *Захарчук, Е. А.* Интермедиальность как реалия современного информационного пространства // теория языка и межкультурная коммуникация. 2016. № 2(21). С. 33–38.

81. *Зенкин, С. Н.* Введение в литературоведение: Теория литературы: Учеб. пособие. М.: РГГУ, 2000 [Электронный ресурс] URL: https://thelib.info/psihologiya/1619401-tema-vii-povestvovanie-i-ego-struktura (дата обращения: 13.02.2021)

82. *Иванов, Л. Ю.* Язык в электронных средствах коммуникации // Культура русской речи. Энциклопедический словарь-справочник / под ред.

Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М. : Флинта ; Наука, 2003. С. 791–793.

83. *Иерусалимская, А. О.* Интертекстуальность vs интердискурсивность как сложившийся дискурс // Вестник Сев. (Арктического) фед. ун-та. Сер.: гуманитарные и социальные науки. 2016. № 2. С. 104–111.

84. *Ильин, И. П.* Нарратология [Текст] / И.П. Ильин // Современное зарубежное литературоведение (страны Западной Европы и США): концепции, школы, термины. Энциклопедический справочник; научн. ред. и сост. И.П. Ильин, Е.А. Цурганова. — М.: Интрада — ИНИОН, 1999. — С. 68—72.

85. *Ильин, И. П.* Наррататор // Западное литературоведение XX века: Энциклопедия. М.: Intrada, 2004. С. 274—275.

86. *Ионова, С. В.* Традиционные и новые формы лингвистической вторичности [Электронный ресурс] // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2013. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnye-i-novye-formy-lingvisticheskoy-vtorichnosti (дата обращения: 09.08.2021).

87. *Ионова С. В., Матвеева, А. С.* Специфика временных маркеров события в текстах PR-документа и журналистской публикации [Электронный ресурс] // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2013. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-vremennyh-markerov-sobytiya-v-tekstah-pr-dokumenta-i-zhurnalistskoy-publikatsii (дата обращения: 15.08.2021).

88. *Иссерс, О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. − М.: Едиториал УРСС, 2008. — 288 с.

89. *Казак, М. Ю.* Специфика современного медиатекста // Лингвистика речи. Медиастилистика: колл. моногр. Москва: Флинта: Наука, 2012. С. 320–334.

90. *Кайда, Л. Г.* Стилистика текста: от теории композиции — к декодированию / Л. Г. Кайда. — Москва : Флинта : Наука, 2005. — 208 с.

91. *Каминская, Т. Л.* Автор и адресат в современных медиатекстах. Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. 2008. Вып. 2. Ч. II. С. 314—319.

92. *Каминская, Т. Л.* Структура категории «образ адресата массовой коммуникации» / Т. Л. Каминская // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 12. с. 47—55.

93. *Каминская, Т. Л.* «Новые медиа» // Неклассические письменные практики современности. Великий Новгород, 2012. — 331 с.

94. *Каминская, Т. Л.* «Фактор адресата» в современной медийной ситуации: новые платформы и жанры. Вестник Воронежского государственного университета. Сер.: Филология. Журналистика, 2. 2020. С. 109—111.

95. *Канашина, С. В.* Интертекстуальность как текстовая категория в интернет-мемах [Электронный ресурс] // Известия ВГПУ. 2019. №7 (140). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualnost-kak-tekstovaya-kategoriya-v-internet-memah (дата обращения: 25.07.2021).

96. *Каразмин, Н. М.* Избранные сочинения // Карамзин Н.М. Избранные сочинения в двух томах. М.; Л.: Художественная литература, 1964.

97. *Караулов, Ю. Н.* Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. 1-е изд. — Москва : Наука, 1987. — 264 с.

98. *Караулов, Ю. Н.* Русская языковая личность и задачи ее изучения / Ю. Н. Караулов // Язык и личность. — Москва : Наука, 1989. — С. 3–8.

99. *Качмазова, А. У.* Креолизованный текст как жанр интернет-дискурса // актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2016. № 3(23). С. 100–108.

100. *Кваскова, Л. В.* Нарратив как форма косвенной коммуникативной тактики / Л. В. Кваскова // Преподаватель XXI век. 2018. № 3—2. С. 333—339.

101. *Ковалев, О. А.* Нарративные стратегии в литературе (на материале творчества Ф. М. Достоевского) / О. А. Ковалев. — Барнаул: Изд. Алтайского гос. ун-та, 2009. 198 с.

102. *Кожевникова, Н. А.* О типах повествования в советской прозе // Вопросы языка современной русской литературы. М., 1971. С. 97-163.

103. *Кожевникова, Н. А.* Типы повествования в русской литературе XIX-XX вв. М.: Ин-т русского языка РАН, 1994.

104. *Кожина, М. Н.* О диалогичности письменной научной речи / М. Н. Кожина. — Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 1986. — 92 с.

105. *Кожина, М. Н.* Стилистика русского языка: учебник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. — 4-е изд. стереотип. — Москва : ФЛИНТА : Наука, 2008. — 464 с.

106. *Козлова, О. А.* Изменение форматов розничной торговли [Электронный ресурс] // Концепт. 2017. №S1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/izmenenie-formatov-roznichnoy-torgovli (дата обращения: 25.07.2021).

107. *Козьмина, Е. Ю.* Иносказательное повествование в романе-антиутопии [Электронный ресурс] // Narratorium. — 2014. — № 1 (7). — URL: http://narratorium.rggu.ru/section.html?id=11815 (дата обращения: 08.09.2021)

108. *Колокольцева, Т. Н.* Новая эра интертекстуальности: глобализация интертекстуальных связей в интернет-эпоху [Электронный ресурс] // Известия ВГПУ. 2013. №6 (81). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-era-intertekstualnosti-globalizatsiya-intertekstualnyh-svyazey-v-internet-epohu (дата обращения: 25.07.2021).

109. *Коломийцева, Е. Ю.* Голосовая социальная сеть Clubhouse: возможности и перспективы [Электронный ресурс] // Вестник ВУиТ. 2021. №2 (35). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/golosovaya-sotsialnaya-set-clubhouse-vozmozhnosti-i-perspektivy (дата обращения: 28.06.2021).

110. *Колосова, П. А.* Приём «ненадёжный рассказчик» как переводческая трудность (в романе Джоанн Харрис «Джентльмены и игроки») // Вестник ТвГУ. Серия Филология. — 2017. — № 4. — С. 204—208.

111. *Компанцева, Л. Ф.* Проблема виртуального жанра // Ученые записки Таврического Национального Университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология». Симферополь, 2005. — Т. 18 (57). — № 2.

112. *Копытов, О. Н.* Образ автора и авторское начало: разграничение и области применения понятий [Электронный ресурс] // Вестн. Том. гос. ун-та. 2010. №334. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-avtora-i-avtorskoe-nachalo-razgranichenie-i-oblasti-primeneniya-ponyatiy (дата обращения: 26.09.2021).

113. *Копьев, А. Ф.* О духовно-аксиологических предпосылках монологизма // Труды по психологическому консультированию и психотерапии. Вып. 2: Психотерапия. Сознание. Культура / Под общ. ред. Ф.Е. Василюка. М.: МГППУ, ПИ РАО, 2009. С. 144—156.

114. *Корман, Б. О.* Изучение текста художественного произведения : учебное пособие / Б. О. Корман. — Москва : Просвещение, 1972. — 113 с.

115. *Корман, Б. О.* О целостности литературного произведения // Корман Б.О. Избранные труды. Теория литературы. Ижевск: Ин-т компьютерных исследований, 2006. С. 212—221.

116. *Косиков, Г. К.* О принципах повествования в романе / Г. К. Косиков // Литературные направления и стили. — М. : МГУ, 1976. — С. 65–83.

117. *Косиков, Г. К.* Структурная поэтика сюжетосложения во Франции / Г. К. Косиков // Современные методы анализа художественного произведения. — Гродно : ГрГУ, 2003. — С. 207–258.

118. *Красных, В. В.* Анализ дискурса в свете концепций фрейм-структур сознания / В. В. Красных // Культурные слои во фразеологизмах и

дискурсивных практиках / отв. ред. В. Н. Телия. — Москва: Языки славянской культуры, 2004. — С. 243–250.

119. *Красных, В. В.* Виртуальная реальность или реальная виртуальность: (Человек. Сознание. Коммуникация) / В. В. Красных. — Москва : Диалог—МГУ, 1998. — 352 с.

120. *Крафт, Т.* Сентиментальный боксер Высоцкого : анализ синкретического произведения / Т. Крафт // Мир Высоцкого : альманах. — Москва : ГКЦМ В. С. Высоцкого, 1999. — Вып. III, т. 1. — С. 161—169. — ISBN 5—88673-011-7.

121. *Кривонос, В. Ш.* Метаповествование в «Мертвых душах» Гоголя (понятия и принципы) [Электронный ресурс] / В. Ш. Кривонос // Narratorium. — 2011. — №1—2. URL: http://narratorium.rggu.ru/section.html?id=9261 (дата обращения: 17.06.2021)

122. *Кривонос, В. Ш.* О нарративной конструкции «Записок сумасшедшего» Гоголя [Электронный ресурс] / В. Ш. Кривонос // Narratorium. — 2015. — №1 (8). URL: http://narratorium.rggu.ru/section.html?id=12116 (дата обращения: 17.06.2021)

123. *Кристева, Ю.* Слово, диалог и роман / Ю. Кристева // Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики. — М. : РОССПЭН, 2004. — с. — С. 167.

124. *Кронгауз, М. А.* Публичная интимность [Электронный ресурс] // ЖЗ. 2009. URL: https://magazines.gorky.media/znamia/2009/12/publichnaya-intimnost.html (дата обращения: 12.06.2021)

125. *Кронгауз, М. А.* Самоучитель Олбанского. — М.: АСТ, 2013. — 416 с.

126. *Кузнецов, С. А.* Экспертные исследования по делам о признании информационных материалов экстремистскими: теоретические основания и методическое руководство / С. А. Кузнецов, С. М. Олейников. — Москва : Издательский дом В. Ема, 2014. — 312 с.

127. *Кукарцева, М. А.* Х. Уайт и практика исторических исследований в XX веке / М. А. Кукарцева // Диалог со временем. Альманах интеллект. истории. — М. : Едиториал УРСС, 2008. — Вып. 24. — 416 с.

128. *Кукуева, Г. В.* Автор и адресат в интернет-жанре эссе // Международный научно-исследовательский журнал. 2014. № 2 (21). Ч. 2. — С. 98—99.

129. *Кукушкина, О. В.* Теоретические и методические основы судебной психолого-лингвистической экспертизы текстов по делам, связанным с противодействием экстремизму. / Сост. Кукушкина О. В., Сафонова Ю. А., Секераж Т. Н. — М.: Государственное учреждение Российский федеральный центр судебной экспертизы при Министерстве юстиции Российской Федерации (РФЦСЭ при Минюсте России), 2011. — 330 с.

130. *Кучина, Т. Г.* «Я»-повествователь как «ненадежный читатель» автобиографического претекста в русской прозе конца XX — начала XXI в. / Т. Г. Кучина // Филологические науки. — 2007. — № 2. — С. 14—21.

131. *Кучина, Т. Г.* Построение прошлого: повествователь и автобиографический герой в прозе Сергея Довлатова / Т. Г. Кучина // Русская словесность. — 2008. — № 2. — С. 25—28.

132. *Лаптева, О.А.* Теория современного русского литературного языка: Учебник для вузов. — М., 2003. — 351 с.

133. *Лассан, Э.* Рэп-баттлы как культурный и лингвокультурный феномен / Э. Лассан // Коммуникативные исследования. — 2018. — № 3 (17). — С. 129—143. — DOI: 10.25513/2413-6182.2018.3.129-143.

134. *Ласточкина, А. С.* О семантике ненадёжной наррации / А. С. Ласточкина, Д. Н. Коробова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. — 2017. — Том. 14, выпуск 3. — С. 317—325.

135. *Леонтович, О. А.* Нарративный анализ в контексте коммуникативных исследований / О. А. Леонтович // Дискурс, текст,

когниция. Когнитивная монография (серия «Язык и дискурс», вып. 2). Образ России : извне и изнутри : сб. статей / под ред. Е. Ф. Тарасова (отв. редактор), Н. В. Уфимцевой, Е. А. Аршавской. — Нижний Тагил : НТГСПА, 2010. — 496 с. — С. 60—75.

136. *Леонтьева, Е. А.* Точка зрения в нарративе: На материале сопоставительного анализа современных русских коротких рассказов и их переводов на немецкий язык / Е. А. Леонтьева. Дисс. … канд. филол. наук. — Тюмень, 2005. — 190 с.

137. *Либшнер, А.* Социальные сети: языковые особенности коммуникации в интернет-сообществах // Русский язык: исторические судьбы и современность: IV Международный конгресс исследователей русского языка (Москва. МГУ им. М. В. Ломоносова, филологический факультет, 20—23 марта 2010 г.): Труды и материалы / Составители М. Л. Ремнева и А. А. Поликарпов. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — С. 788.

138. *Ломова, Е. А.* Структура и типология повествовательных форм в романтической прозе 20-30-х годов XIX века (на материале повестей В. Одоевского, О. Сомова, М. Погодина и Н. Павлова) / Е. А. Ломова. Автореф. дисс. … канд. филол. наук. — Томск, 1990. — 16 с.

139. *Лосева, Н. Г.* Контент интернет-СМИ // Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М. М. Лукиной. — М.: Аспект Пресс, 2010.

140. *Лотман, Ю. М.* Художественная структура «Евгения Онегина» // Труды по русской и славянской филологии. IX. Тарту, 1966. (Уч. зап. ТГУ. Вып. 184).

141. *Лотман, Ю. М.* Структура художественного текста. М., 1970. — 384 с.

142. *Лотман, Ю. М.* Семиосфера / Ю. М. Лотман. — СПб. : Искусство, 2000. — 704 с.

143. *Лотман, Ю. М.* О поэтах и поэзии: Анализ поэт. текста. Статьи и ис- след. Заметки. Рецензии. Выступления / Ю.М. Лотман. — СПб., 2001. — 846 с.

144. *Луканина, М. В.* Нарративное манипулирование / Луканина М. В., Салиева Л. К. // Государственное управление. 2014. Выпуск 46. С. 210—222.

145. *Макаров, М. Л.* Жанры в электронной коммуникации / М. Л. Макаров. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж». — 2005. — 157 с.

146. *Макарова, П. М.* Интернет-коммуникация в лингвистических описаниях. // Вестник Московского государственного лингвистического университета. — 2009. — № 557. — С. 219—230.

147. *Минский, М.* Фреймы для представления знаний // Психология машинного зрения. — М., 1979. — С. 249—338.

148. *Михайлова, Е. И.* Система повествовательных точек зрения в романе М.А. Булгакова "Мастер и Маргарита" и языковые способы их выражения / Дисс. … канд. филол. наук. — Москва, 2008. — 173 с.

149. *Молнар, А.* Метаморфоза наррации («Смерть Ивана Ильича») [Электронный ресурс] / А. Молнар // Narratorium. — 2014. — №1 (7). — URL: http://narratorium.rggu.ru/section.html?id=11815 (дата обращения: 19.05.2021)

150. *Морозова, А. А.* Специфика традиционных жанров журналистики в текстах социальных сетей (на примере «Вконтакте») // Вестник Челябинского государственного университета. — 2015. — № 5 (360). — С. 240—249.

151. *Морозова, Е. И.* Девербализация контента в социальных сетях, влияние на жанры современной медийной культуры // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2016. — № 5 (22). — С. 65—68.

152. *Москаленко, Е. С.* Личностный нарратив как когнитивный принцип организации массмедийного дискурса [Электронный ресурс] / Е. С. Москаленко // Вестник ИГЛУ. — 2009. — № (5). — URL: http://cyberleninka.ru/article/n/lichnostnyy-narrativ-kak-kognitivnyy-printsip-organizatsii-massmediynogo-diskursa (дата обращения: 19.05.2021)

153. *Назаров, К. В.* Проблема фокализации ветхозаветного повествования [Электронный ресурс] / К. В. Назаров // Narratorium. — 2015. — № 1 (8). — URL: http://narratorium.rggu.ru/article.html?id=2634325 (дата обращения: 08.09.2021)

154. *Невзглядова, Е. В.* Интонационная теория стиха / Е. В. Невзглядова. — Санкт-Петербург : Нестор-История, 2015. — 157 с.

155. *Никишина, В. Б., Самосват, О. И.* Эмпирическое исследование способов социального одобрения в социальных сетях// Scientific achievements of the third millennium. Collection of scientific papers, on materials of the international scientific-practical conference November 30, 2015 Ed. SIC "Uoumal", 2015. — С. 38—40.

156. *Николина, Н. А.* Субъективация повествования как фактор композиции художественного текста // Язык и композиция художественного текста. М.: Изд-во МГПИ, 1983. С. 87—98.

157. *Николина, Н. А.* Повествовательная структура и жанр. М.: Прометей, 1993. — 160 с.

158. *Николина, Н. А.* Категория времени в художественной речи. Монография. М.: Прометей, 2004. 276 с.

159. *Николина, Н. А.* Филологический анализ текста: Учеб. пособие для студ. высш. уч. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2007.

160. Новейший большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб., М.: Норинт; Риполклассик, 2008. — 1534 с.

161. *Онипенко, Н. К.* Модель субъектной перспективы и проблема классификации эгоцентрических средств // Проблемы функциональной грамматики. Принцип естественной классификации. РАН. Институт лингвистических исследований. М.: Языки славянской культуры, 2013. С. 92—121.

162. *Осадчий, М. А.* Русский язык на грани права: Функционирование современного русского языка в условиях правовой регламентации речи. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. — 254 с.

163. *Осадчий, М. А., Чистова, Е. В.* Динамика жанров СМИ в эпоху интернета // Русский язык за рубежом. — 2018. — № 3. — С. 73—78.

164. *Остин, Дж. Л.* Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. — М., 1986. — С. 22—130.

165. *Падучева Е. В.* Говорящий: субъект речи и субъект сознания // Логический анализ языка. Культурные концепты. М.: Наука, 1991. С. 164—169.

166. *Падучева, Е. В.* Семантические исследования: Семантика времени и вида в русском языке; Семантика нарратива. 2-е изд., испр. и доп. М.: Языки славянской культуры, 2010. 480 с. (Язык. Семиотика. Культура).

167. *Падучева, Е. В.* Эгоцентрические единицы языка. — М.: Издательский Дом ЯСК, 2018. — 440 с. — (Studia philologica.)

168. *Палашевская, И. В.* Речевой жанр жалобы в юридическом дискурсе // Вестник Череповецкого гос. ун-та. — 2010. — № 4. — С. 48—51.

169. *Патаракин, Е. Д.* Педагогический дизайн социальной сети Scratch // Образовательные технологии и общество. — 2013. — Т. 16. — № 2. — С. 505—528.

170. *Пешкова*, *О. А.* Образ автора в блоге Т. Толстой // Studia Litterarum. 2018. Т. 3, № 2. С. 174–195. DOI: 10.22455/2500-4247-2018-3-2-174-195

171. *Плунгян*, *В. А.* Дискурс и грамматика // Грамматические категории в дискурсе. Под ред. В. Ю. Гусева, В. А. Плунгяна, А. Урманчиевой. Исследования по теории грамматики. Вып. 4. М.: Гнозис, 2008. С. 7–34.

172. *Позднякова*, *Е. М.* Событие как когнитивная структура // Репрезентация событий: интегрированный подход с позиции когнитивных наук. Отв. ред В. И. Заботкина. М.: Языки славянской культуры, 2017. С. 93—111.

173. *Попова*, *Е. А.* О лингвистике нарратива // Филологические науки, 2001, № 4.

174. *Попова*, *Е. А.* Коммуникативные аспекты литературного нарратива : дис. .... д-ра филол. наук. Липецк, 2002. 669 с.

175. *Поспелов*, *Н. С.* Несобственно-прямая речь и формы ее выражения в художественной прозе Гончарова 30—40 годов // Материалы и исследования по истории русского литературного языка. Том 4. М.: АН СССР: 1957. С. 218—239.

176. *Потебня*, *А. А.* Мысль и язык. Слово и миф. М.: Издательство «Правда», 1989. 624 с.

177. *Принс*, *Дж.* Нарратология: форма и функционирование нарратива. Берлин: Мутон. 1982. — 184 с.

178. *Пропп, В. Я.* Морфология сказки. Л.: ACADEMIA, 1928. 152 с.

179. *Радбиль, Т. Б.* Коммуникативные и когнитивные основы теории нарратива в современном гуманитарном знании / Т. Б. Радбиль // Коммуникативные исследования. — 2017. — Том 1, № 1 (11). — С. 23—35.

180. *Радбиль, Т.Б.* Язык и мир: Парадоксы взаимоотражения. М.: Языки славянской культуры, 2017. 592 с.

181. *Радбиль, Т.Б.* Когнитивистика: Учебн. пособие [Текст] / Т.Б. Радбиль. — Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2018. — 375 с.

182. *Радбиль, Т. Б.* Лирика и наррация как две версии когнитивного моделирования реальности / Т. Б. Радбиль // Критика и семиотика. — 2019. — № 2. — С. 171—182. — DOI: 10.25205/2307-1737-2019-2-171-182.

183. *Рикёр, П.* Время и рассказ. Т. 1. Интрига и исторический рассказ. М.; СПб.: Университетская книга, 1998. 313 с.

184. *Рикёр, П.* Время и рассказ. Т. 2. Конфигурации в вымышленном рассказе. — М.; СПб: Университетская книга, 2000. — 224 с.

185. *Романова, Т. В.* Модальность. Оценка. Эмоциональность: Монография. — Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2008. — 309 с.

186. *Рорти, Р.* Философия и зеркало природы / Р. Рорти. — Пер. с англ.; науч. ред. В. В. Целищев. Новосибирск : Изд-во Новосиб. ун-та, 1997. 320 с.

187. *Рослова, Е. Ю.* Просодическая организация ораторской речи: на материале литургической проповеди / Е. Ю. Рослова. Дисс. ... канд. филол. наук. — Москва, 2009. — 225 с.

188. *Рудык, Н. Н.* К проблеме толкования понятия «спонтанная речь» // Наука и образование, № 4—5, 2010, Украина. — 305 с.

189. *Садыгова, Т. С.* Социально-психологические функции социальных сетей // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. — 2012. — № 3. — С. 192—194.

190. *Сахарова, А. В.* Языковые средства выражения объективной эпистемической модальности в научном дискурсе // Научный диалог. № 4. Т. 2020. С. 151–163.

191. *Светозарова, Н. Д.* Фонетика спонтанной речи / Под ред. Н. Д. Светозаровой. — Л.: ЛГУ, 1988. — 245 с.

192. *Свиридов, С. В.* Рок-искусство и проблема синтетического текста / С. В. Свиридов // Русская рок-поэзия : текст и контекст : выпуск 6. — Тверь : ТвГУ, 2002. — С. 5—32.

193. *Серль, Дж. Р.* Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. — М., 1986. — С. 170—194.

194. *Серль, Дж. Р.* Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. — М., 1986. — С. 151—169.

195. *Симоненко, Н. Ю.* Нарративная песня в китайской лингвокультуре / Дисс. … канд. филол. наук. — Москва, 2016. — 186 с.

196. *Сиротинина, О. Б.* Речевая культура и культура речи: сходства и различия понятий // Вопросы культуры речи. Вып. 9. — М.: Наука, 2007. — 200 с.

197. *Сиротинина, О. Б.* Русская разговорная речь: пособие для учителя. — М.: Просвещение, 1983. — 79 с.

198. *Смирнов, Ф.О.* Национально-культурные особенности электронной коммуникации на английском и русском языках / Ф.О. Смирнов. Дисс. ... канд. филол. наук. — Ярославль, 2004. — 224 с.

199. Современный медиатекст / отв. ред. Н. А. Кузьмина. — Омск : ОГУ им. Ф. М. Достоевского, 2011. — 414 с.

200. *Соколов, А. Н.* Теория стиля / А. Н. Соколов. — Москва : Искусство, 1968. — 224 с.

201. *Сокрута, Е. Ю.* Нарративные характеристики новостного дискурса в эпоху новой медиальности / Е. Ю. Сокрута // Новый филологический вестник. — 2018. — № 2 (45). — С. 39—46. — DOI: 10.24411/2072-9316-2018-00013.

202. *Соссюр, Ф. де.* Курс общей лингвистики. — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 1999. — 425 с.

203. *Стернин, И. А.* Практическая риторика / И А. Стернин. — Воронеж : ИПКРО, 1996. — 141 с.

204. *Стернин, И. А.* Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. — Воронеж : ИПЦ МОУВЭПИ, 2001. — 252 с.

205. *Сыров, В. Н.* Нарративное производство и современное социальное познание // Социальное знание в поисках идентичности. Фундаментальные стратегии социогуманитарного знания в контексте развития современной науки и философии : сб. науч. ст. по материалам Всерос. науч. конф., проведенной философским факультетом ТГУ 25–26 мая 1999. Томск : Водолей, 1999. С. 20–26.

206. *Татару, Л. В.* Нарративная и когнитивная природа лирики (на материале английской поэзии XVII—XVIII вв.) [Электронный ресурс] / Л. В. Татару // Narratorium. 2013. № 1—2 (5—6). URL: http://narratorium.rggu.ru/article.html?id=2631082 (дата обращения: 18.05.2021)

207. *Татару, Л. В.* Точка зрения и композиционный ритм нарратива (на материале англоязычных модернистских текстов) / Л. В. Татару. — М. : Изд-во МГОУ, 2009. — 302 с.

208. *Тертычный, А. А.* Особенности жанрообразования в интернет-СМИ // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2013. — №6. — 172—179.

209. *Томашевский, Б. В.* Теория литературы. Поэтика. М., 1996.

210. *Трипольская, Т. А.* Языковая маска как коммуникативная стратегия языковой личности / Т. А. Трипольская, М. В. Шпильман // Проблемы интерпретационной лингвистики: взаимодействие языковой категоризации и творческой активности личности : межвузовский сборник научных трудов. — Новосибирск : НГПУ, 2002. — С. 63—74.

211. *Троцук, И. В.* Нарратив как междисциплинарный методологический конструкт в современных социальных науках [Электронный ресурс] // Cyberleninka — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/narrativ-kak-mezhdistsiplinarnyy-metodologicheskiy-konstrukt-v-sovremennyh-sotsialnyh-naukah/viewer (дата обращения: 04.03.2021)

212. *Турышева, О. Н.* Теория и методология зарубежного литературоведения: учебное пособие / О. Н. Турышева. — М. : Флинта : Наука, 2012. — 160 с.

213. *Тюпа, В. И.* Очерк современной нарратологии // Коммуникативные стратегии культуры: Хрестоматия по курсу «Введение в теорию коммуникации». В 2 Ч./ сост. Силантьев И. В. — Ч.2. — Новосибирск: НГПУ, 2003. — 168 с.

214. *Тюпа, В. И.* Анализ художественного текста. — М.: Академия, 2009. — 336 с.

215. *Тюпа, В.И.* Нарратив и другие регистры говорения. Нарраториум. № 1—2. 2011. [Электронный ресурс] URL: http://narratorium.rggu.ru/article.html?id=2027584 (дата обращения: 10.03.2021)

216. *Тюпа, В. И.* Генеалогия лирических жанров / В. И. Тюпа // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. — 2012. — № 4. — С. 8—31.

217. *Тюпа, В. И.* Этос нарративной интриги [Электронный ресурс] // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2015. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/etos-narrativnoy-intrigi (дата обращения: 28.06.2021).

218. *Тюпа, В. И.* Введение в сравнительную нарратологию. — М.: Intrada, 2016. — 148 с.

219. *Тюпа, В. И.* Новостной дискурс как нарратологическая проблема [Электронный ресурс] // Новый филологический вестник. 2017. №3 (42). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/novostnoy-diskurs-kak-narratologicheskaya-problema (дата обращения: 27.05.2021)

220. *Тюпа, В. И.* Дискурсные формации : очерки по компаративной риторике : монография / В. И. Тюпа. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 274 с.

221. *Тюпа, В. И.* Автор и нарратор в истории русской литературы // Критика и семиотика. 2020. № 1. С. 22–39.

222. *Уайт, Х.* Метаистория: Историческое воображение в Европе XIX века / Пер. с англ. под ред. Е. Г. Трубиной и В. В. Харитонова. — Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2002. — 528 с.

223. *Уржа, А. В.* Функциональное взаимодействие эгоцентриков в русских переводных нарративах (на материале прозаических текстов конца XIX — начала XXI вв.) / А. В. Уржа. Дисс. … докт. филол. наук. — Москва, 2021. — 564 с.

224. *Успенский, Б. А.* Семиотика искусства / Б. А. Успенский. — М. : Школа «Языки русской культуры», 1995. 360 с.

225. *Ухова, Л. В.* Адресат рекламного сообщения: к вопросу об эффективности текста / Л. В. Ухова // Вестник Воронежского

государственного университета. Филология. Журналистика. — 2010. — №2. — С. 204– 207.

226. *Федосеева, Е. В.* Дискурсивная креативность пишущего в риторически модифицированном массмедийном дискурсе / Е. В. Федосеева // Вестник Иркутского государственного технического университета. — 2013. — № 1 (72). — С. 288—292.

227. *Фрейденберг, О. М.* Миф и литература древности. 2-е изд., — М.: Изд. фирма «Вост. лит.» РАН, 1998. — 800 с.

228. *Фрэй, Дж. Н.* Как написать гениальный роман / Дж. Н. Фрэй. — Санкт-Петербург : Амфора. ТИД Амфора, 2007. — 255 с.

229. *Цвигун, Т. В.* Миф как источник культурной легитимации: роки рэп-версии «Орфея и Эвридики» : статья первая / Т. В. Цвигун, А. Н. Черняков // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Филология, педагогика, психология. — 2019. — № 4. — С. 72—92.

230. *Чаплыгина, А. О.* Особенности трансформации традиционных информационных жанров журналистики в федеральных интернет-СМИ // Медиасреда. — 2017. — №12. — С. 302—306.

231. *Чевтаев, А. А.* Критический комментарий к статье Л. В. Татару «Нарративная и когнитивная природа лирики (на материале английской поэзии XVII—XVIII вв.)» [Электронный ресурс] / А. А. Чевтаев // Narratorium. — 2013. — № 1—2 (5—6). — URL: http://narratorium.rggu.ru/article.html?id=2631083 (дата обращения: 12.01.2021)

232. *Чернейко, Л. О.* Способы представления пространства и времени в художественном тексте // Филологические науки. 1994. № 2. С. 58—70.

233. *Чернейко, Л. О.* Субъективное время и способы его выражения в художественном тексте // Функциональные и семантические характеристики текста, высказывания, слова. Вопросы русского языкознания. Вып. VIII. М.: Изд. Моск. ун-та, 2000. С. 57–68.

234. *Чернейко, Л. О.* Смысловая структура художественного текста и лингвистические принципы её моделирования. М.: Гнозис, 2017. 208 с.

235. *Чернова, Ю. В.* Концепции письменности и устности в чате // Русский язык: исторические судьбы и современность: IV Международный конгресс исследователей русского языка (Москва. МГУ им. М.В. Ломоносова, филологический факультет, 20-23 марта 2010 г.): Труды и материалы /Составители М.Л. Ремнева и А.А. Поликарпов. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — С. 791—792.

236. *Чернухина, И. Я.* Общие особенности поэтического текста / И. Я. Чернухина. — Воронеж : ВГУ, 1987. — 158 с.

237. *Чувильская Е. А.* Структура и семантика литературного гипернарратива (на материале русского и немецкого языков) / Е. А. Чувильская. Дисс. … канд. филол. наук. — Тюмень, 2009. — 273 с.

238. *Шайхутдинова, А. М.* Лингвистические характеристики ненадежности нарратора (на материале современной британской литературы) / А. М. Шайхутдинова // Вестник Брянского государственного университета. — 2017. — № 4. — С. 252—257.

239. *Шаховский, В. И.* Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Изд. 3-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 208 с.

240. *Шкловский, В.* О теории прозы / В. Шкловский. — Москва : Федерация, 1929. — 265 с.

241. *Шмид, В.* Нарратология / В. Шмид. Москва : Языки славянской культуры, 2003. 312 с.

242. *Шуников, В. Л.* «Я»-повествование в современной отечественной прозе: принципы организации и коммуникативные стратегии / В. Л. Шуников. Дисс. … канд. филол. наук. — Москва, 2006. — 195 с.

243. *Щукина, К. А.* Речевые особенности проявления повествователя, персонажа и автора в современном рассказе (на материале рассказов Т.

Толстой, Л. Петрушевской, Л. Улицкой) / К. А. Щукина. Дисс. … канд. филол. наук. — СПб, 2004. — 165 с.

244. *Щурина, Ю. В.* Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации [Электронный ресурс] // Научный диалог. 2012. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii (дата обращения: 16.11.2021).

245. *Эйхенбаум, Б. М.* О прозе. Л.: Художественная литература, 1969. 504 с.

246. *Эко, У.* Роль читателя : исследования по семиотике текста / У. Эко ; пер. С. Серебряного. Москва : АСТ: Corpus, 2016. 640 с.

247. *Эко, У.* Открытое произведение = Opera Aperta : форма и неопределенность в современной поэтике / У. Эко ; пер. с итальянского Александра Шурбелева. Москва : АСТ: Corpus, 2018. 507 с.

248. *Якобсон, Р. О.* Лингвистика и поэтика / Р. О. Якобсон // Структурализм «за» и «против». Москва : Прогресс, 1975. С. 193—230.

249. *Якобсон, Р. О.* Избранные работы. — М.: Прогресс, 1985. 460 с.

250. *Якобсон, Р. О.* Работы по поэтике : Переводы / сост. и общ. ред. М. Л. Гаспарова. М.: Прогресс, 1987. 464 с.

251. *Booth, Wayne C.* The Rhetoric of Fiction. The university of Chicago press. Chicago & London, 1968.

252. *Herman, D.* Narratology as a cognitive science [Электронный ресурс] // Image [&] Narrative. Issue 1. Cognitive Narratology. Sept. 2000. URL: https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/38.html (дата обращения: 09.10.2021).

253. *Nunning, A.* But why will you say that I am mad? : On the Theory, History, and Signals of Unreliable Narration in British Fiction // Arbeiten zu Anglistik und Amerikanistik. 1997. Nr. 22.

254. *Olson, G.* Reconsidering Unreliability: Fallible and Untrustworthy narrators. Narrative. 11 (1), 2003.

255. *Pascal, R.* The Dual Voice The Dual Voice: Free Indirect Speech and Its Functioning in the Nineteenth-century European Novel / R. Pascal. — Manchester UP, 1977. — 150 p.

256. *Prince, G.* A Dictionary of Narratology. — London, Lincoln : Nebraska UP, 1987. — 118 p.

257. *Rabinowitz, P. J.* Truth in Fiction: A Reexamination of Audiences // Critical Inquiry. 1977. № 1.

258. *Riggan, W.* Pícaros, Madmen, Naīfs, and Clowns: The Unreliable First-person Narrator. Univ. of Oklahoma Press: Norman, 1981. — 206 p.

259. *Sharp, L. McGaffey.* Creative Nonfiction Illuminated: Cross-Disciplinary Spotlights. Ph.D. dissertation, The University Of Arizona, 2009. [Электронный ресурс] // URL: https://clck.ru/FK4eW (дата обращения: 21.06.2021)

260. *Todorov, T.* Grammaire du Decameron / T. Todorov. — Mouton : The Hague, 1969. — 100 p.

261. *Whitt, J.* Awakening a social conscience: the study of novels in journalism education // Asia Pacific Media Educator, Issue № 18, 2007, p. 86. [Электронный ресурс] // URL: https://clck.ru/FK4fM (дата обращения: 21.06.2021)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Интернет-мем (к разделу 2.5)

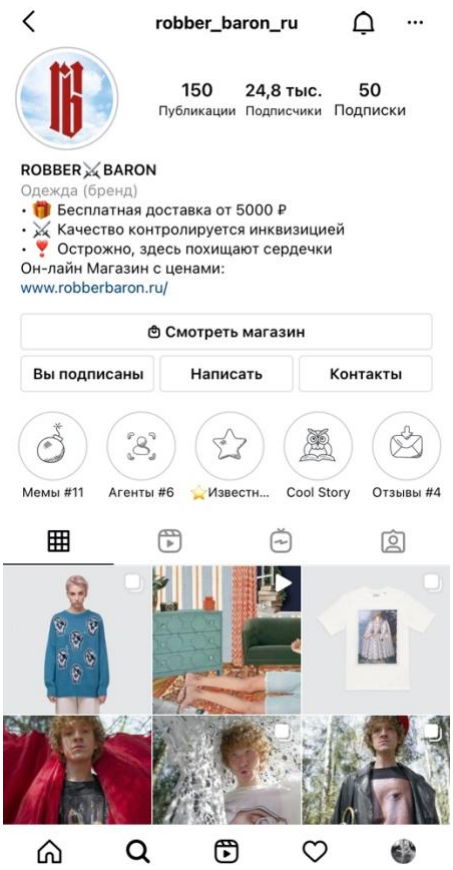
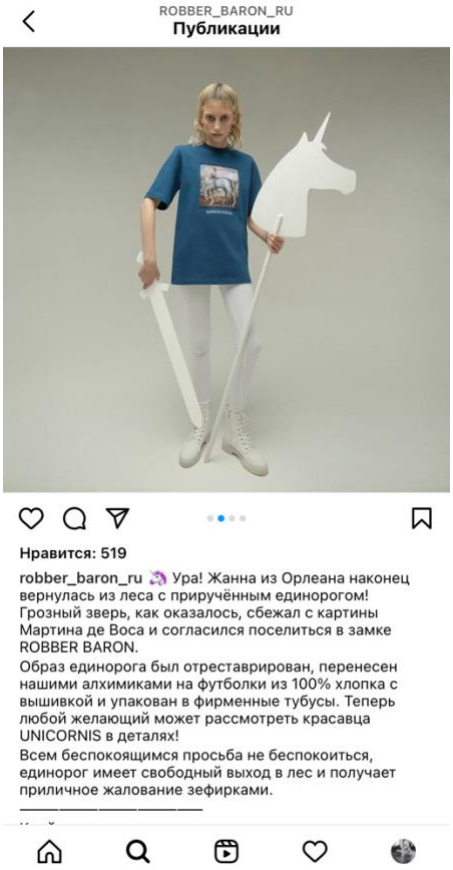
Приложение 2

Скриншот комментируемого репоста записи с мемом (к разделу 2.5)

Приложение 3

Подвал сайта «Батенька, да вы трансформер» (к подразделу 2.8.2)

Приложение 4

Скриншоты аккаунта в «Instagram» интернет-магазина «Robber Baron»

(к подразделу 2.8.3)