

Litera

Правильная ссылка на статью:

Павлов Д.Н. Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и You-Tube // Litera. 2024. № 9. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.9.71765 EDN: FEYLHC URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71765

Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и You-Tube

Павлов Дмитрий Николаевич

преподаватель; кафедра журналистики; Московский университет им. А. С. Грибоедова
аспирант; кафедра журналистики, медиакоммуникаций и рекламы; Московский университет им. А.С.
Грибоедова
Учитель русского языка и литературы; ГБОУ школа №2089

111024, Россия, г. Москва, ул. Энтузиастов, 21

✉ dima2011211@gmail.com[Статья из рубрики "Журналистика"](#)**DOI:**

10.25136/2409-8698.2024.9.71765

EDN:

FEYLHC

Дата направления статьи в редакцию:

18-09-2024

Дата публикации:

25-09-2024

Аннотация: В статье вводится ранее не функционирующая в научном дискурсе категория мотивирующего контента и обосновывается его рецепция аудиторией с практической и функциональной точек зрения. На примере репрезентативности шести видеороликов платформ TikTok (контент вертикального характера) и You-Tube (длинные материалы горизонтального характера) рассматриваются специфические особенности рецепции зрительской аудитории. Во-первых, в статье впервые через призму различных подходов сформирована стереоскопическая картина исследуемого явления, а именно: композиция роликов, рецепция зрителя. Также доказано, что их структура основана на актуализации нарративных архетипов волшебных сказок, рассмотренных В.Я. Проппом. Во-вторых, в мотивирующем контенте определен порядок следования нарративных элементов и выделены ключевые особенности синтагматического сюжетного единства.

В-третьих, автором определены функционирующие в речи нарраторов средства художественной выразительности, тропы и конструкции, грамматически не связанные с членами предложениями, влияющими на рецепцию зрителя. Автором также определена функциональная особенность мотивирующего контента, заключающаяся в психолого-терапевтической функции. В качестве метода исследования автор оживляет теоретические хрестоматийные постулаты сказочного нарратива, основанные на декомпозиции материала для выявления нарративных матриц. Новизна работы заключается в том, что в работе впервые обоснована значимая роль мотивирующего контента в медиапространстве, а сам мотивирующий контент проанализирован как отдельный формально-содержательный тип контента, своеобразие которого определяется литературно-нарративным, психологическим компонентами. В заключении исследования определены основные особенности построения мотивирующего контента на медиаплатформе горизонтальных длинных видеороликов You-Tube и в сервисе коротких вертикальных видеороликов TikTok. Также сделан вывод о том, что мотивирующий контент полезен как для нарратора (при увеличении подписчиков), так и для зрителя (в рамках первичной психологической поддержки).

Ключевые слова:

нарратив, мотивирующий контент, рецепция зрителя, нарратор, медианарратив, медиадискурс, волшебная сказка, сказочный нарратив, медиаконтент, медиапространство

В статье исследуется нарративная структура мотивирующего контента (далее – МК), размещенного как в видеохостинге преимущественно горизонтальных длинных видеороликов You-tube, так и в сервисе для создания коротких видеороликов вертикального типа TikTok. Термин «мотивирующий контент» ранее не рассматривался в качестве отдельной единицы анализа. Его распространенность в медиапространстве говорит о целесообразности академического изучения. В данном исследовании фигурируют видеоролики, которые отражают рецепцию зрительской аудитории [\[1\]](#) на мотивирующий контент, рассмотрены средства художественной выразительности, тропы и конструкции, грамматически не связанные с членами предложениями в речи нарратора, стиль речи нарратора, выявлены нарративные цепочки из устойчивых матричных сочетаний, проанализированы комментарии подписчиков относительно размещенного материала.

Композиционно-нарративная сторона мотивирующего контента заключается в особенности его организации, которая отсылает к хрестоматийным исследованиям структуры волшебной сказки [\[3, с. 241\]](#). Использование обозначенных в исследовании нарративных матриц объясняется простотой сказочного сюжета [\[13, с. 75\]](#), определяющего последовательность действий разрешения той или иной кризисной ситуации [\[5, 80\]](#).

Предметом исследования являются принципы организации нарратива в мотивирующем контенте, изучение рецепции зрителя на МК, принципы использования разговорного стиля речи в рамках доверительной беседы со зрителем [\[4\]](#).

Объектом исследования являются шесть видеоматериалов (3 материала горизонтального характера платформы You-Tube, три материала вертикального характера сервиса TikTok), затрагивающих стандартные кризисные ситуации человека (прим. отсутствие

материальной безопасности). Выбор именно этих роликов связан с высокой степенью их репрезентативности. Эмпирической базой является содержание комментариев к МК, отражающих рецепцию зрителя, так как по нашему мнению, нарратором затрагиваются повседневные человеческие проблемы.

Методология исследования основана в первую очередь на нарративном анализе повторяющихся матричных элементов, которые были выявлены В.Я. Проппом в ходе изучения организации сказочного повествования [13, 18].

Перечислим инвариантные функции, обоснованные В.Я. Проппом на сказочном материале: Отлучка, запрет, нарушение запрета, разведка антагониста, выдача сведений, подвох, пособничество, вредительство (недостача), посредничество, начинающееся противодействие, отправка, первая функция дарителя, реакция героя на действия будущего дарителя, получение волшебного средства, перемещение в иное царство, борьба, клеймение, победа, ликвидация беды или недостачи, возвращение, погоня, спасение, неузнанное прибытие, необоснованные притязания, трудная задача, решение, узнавание, обличение, трансфигурация, наказание, свадьба, воцарение [15, с. 26].

При построении композиционно-сюжетного повествования нарратором используются не все матричные элементы, однако их повторяемость на разных платформах доказывает неподвижную структуру мотивирующего контента (см. практическую часть исследования) [3, с. 240].

Обратимся к анализу материалов видеоплатформы You-Tube:

Первый видеоролик содержит информацию о миллионере Гранте Кардоне, мужчина дает советы для преобразования собственного мышления. «Научись думать, как миллионер - Грант Кардон - мотивация успеха» [14].

1. В первую очередь мы рассматриваем нарративную структуру материала, которая включает в себя сказочные нарративы и последовательное раскрытие сюжета:

- **«Ребята, меня зовут Эван, и я верю в вас, в этот канал. Сегодня мы будем учиться у лучших, с вами Гранд Кардон и его советы как добиться успеха в жизни, будь моим наставником, Гранд».** Данная реплика содержит мотив «обличение», предполагающий активный рассказ о герое перед началом самого повествования.

- **«Мысли масштабно. Любая мать стремится защитить своих детей, а я протестовал. Моя мать учила меня не разговаривать с незнакомыми людьми, а я хотел общаться со всеми, я наблюдал, как мой отец общался со всеми. Моя мать учила меня не привлекать слишком много внимания к себе, а я хотел стать знаменитым, мама говорила радоваться тому, что имеешь».** Следующий отрывок показывает то, как формировалось мышление главного героя в детстве. Здесь зритель может заметить такие мотивы «запрет» и «нарушение запрета».

- **«Будь счастлив, что ты здоров, будь счастлив, что ты окружён любящими людьми, сейчас я счастливо женат и у меня двое замечательных детей, и моя жена хорошо понимает, что я никогда не смог бы удовлетвориться только наличием брака и детей».** Главный герой начинает воспринимать данных людей как волшебных дарителей, которые помогают ему двигаться к своей цели ежедневно. В данном отрывке отражены мотивы «появление волшебного дарителя», «действия будущего дарителя».

- **«Когда мне было десять лет, мой отец работал каждый божий день, чтобы обеспечить семью. Хорошую семью, семью и среднего класса. У нас была еда, крыша над головой и немного денег по страховке, но этого было недостаточно, если бы этого было достаточно, то моей матери не пришлось бы продать дом и мечты».** Далее мужчина рассказывает о своих стартовых позициях. Он поднимает темы, которые выражены в мотивах «происки антагониста», «трудная задача».

- **«Я знал миллионеров, которые жили так, как будто они испытывают нужду, они не тратили деньги, которые у них были, потому что беспокоились о том, что в будущем они могут обанкротиться. Составьте список вещей ведь, многие из них это ваши ментальные установки, составьте список того, что делают бедные люди, того, что вошло у них в подсознании».** В этой части нарратор на примере главного героя показывает то, как нужно двигаться к собственной цели. Мужчина поднимает тему «борьбы».

- **«Работайте над собой, однажды меня арестовали за драку, в моей жизни были моменты, когда я сам относился к себе хуже, чем кто-либо другой. Последние несколько лет я занимаюсь только одним: я работаю над самопознанием и саморазвитием».** Здесь мотив «трансфигурация» показывает то, как главный герой начинает меняться, становиться профессионалом.

- **«Каждый божий день я занимаюсь тем, что мне совершенно не хочется делать. Понятия не имею, кто эти люди, распространяющие эти идеи, может, их бизнес достался им по наследству или это был чей-то подарок. Лично я хочу сказать, что если ты не будешь делать то, что тебе совершенно не хочется делать, то свой бизнес никогда не будет процветать, и ты не сможешь его сохранить. Ты должен не просто любить свое дело, ты должен быть одержимым».** История завершается мотивами «борьба» и «победа». Данные нарративы являются заключительными в повествовании как волшебных сказок, так и в мотивирующем контенте.

- **«Если вы бедны, то какой смысл отдыхать в выходные, если вы едва сводите концы с концами».** Завершается повествование наставлением главного героя, он перешел в новую ипостась, теперь он может давать советы. Мотив «воцарение».

2. Следовательно, мы можем выделить построенную на сюжете материала нарративную цепочку из матриц: обличение-запрет-нарушение запрета-первое появление волшебного дарителя-реакция на действия будущего дарителя-происки антагониста-трудная задача-борьба-трансфигурация-борьба-победа-воцарение.

3. Использование вышеобозначенных нарративов подкрепляется специфической подачей материала. В речи нарратора присутствуют различные средства выразительности, тропы и конструкции, грамматически не связанные с членами предложениями:

Обращение: «Ребята, меня зовут Эван...», «Будь моим наставником, Гранд»;

Мотивационные советы: будь счастлив, работайте над собой, мысли масштабно;

Фразеологизм: сводить концы с концами;

Метафора: продать мечты;

4. Все вышеобозначенные шаблоны мотивирующего контента раскрываются автором в разговорном стиле речи, который и настраивает зрителя на доверительную беседу в

комментаторской среде.

5. В комментаторской среде можно заметить рецепцию зрителя. Мотивирующий контент вызывает доверие, что отражено в следующих сообщениях:

- **«Грант - красавчик! Чувак с невероятной энергетикой! На своих семинарах он просто крышу сносит залу!»** - @Michalych65.

- **«Из всех мотиваторов видео, которых я видел, Грант самый честный. Он без ванильных фраз, сразу же объясняет правдивость ситуации, и призывает к решительным действиям. Он сразу говорит, что для того, чтобы достичь результата, нужно вкалывать. Когда год назад, у меня были проблемы с финансами, его книга помогла мне справиться. Ну не только его книга честно, я черпал много информации. Но именно его философия толкала меня. Так что на своем опыте могу сказать, Грант говорит толковые вещи»**, - @AlpinWeb.

Таким образом, нарративная организация видеоролика отвечает каноническому строению волшебной сказки, однако сюда включаются еще и средства художественной выразительности, тропы и грамматически не связанные с членами предложения конструкции, полностью раскрывающиеся в разговорном стиле речи. Все обозначенные особенности, вероятно, выбраны нарратором для поддержания доверительной беседы и комфорта зрителя.

Второй видеоролик рассказывает историю становления Джейсона Стэтхэма. «Мотивация от Джейсона Стэтхэма | Советы от голливудского актера [\[12\]](#).

1. Нарративная структура второго видеоролика повторяется, сюжетные матрицы, используемые при построении волшебной сказки, обнаруживаются и в мотивирующем контенте:

- **«Он не сразу стал высокооплачиваемым актером, до своей актерской карьеры он занимался торговлей часов и украшениями на улице»**. История также начинается с мотива «обличение», предполагающего рассказ о достижениях главного героя.

- **«До своей актерской карьеры он занимался торговлей часов и украшениями на улице. Не останавливайся, продолжайте как бы плохо вам ни было, не сдавайтесь, даже если вы не достигаете желаемых результатов, продолжайте делать свое дело до конца»**. Следующая часть продолжает развитие сюжета и показывает то, какие стартовые возможности имел мужчина до появления на экранах, мотив «недостача».

- **«Многие люди, увидев ваш результат, будут пытаться высказать негатив, если нечего сказать хорошего, то лучше промолчать»**. Далее главный герой сталкивается с антагонистом своей истории, мы вычленим мотив «происки антагониста».

- **«Вы заставляете себя делать то, что у вас вызывает страх, когда ты доказываешь себе, что ты это можешь, то и уверенность в тебе повышается, вследствие чего вы испытываете очень приятные эмоции и становитесь морально сильнее»**. В данной истории герой включается в борьбу для последующего достижения собственной цели, мотив «борьбы».

- **«Не уппусти момент. Иногда ты оказываешься в нужном месте в нужное время и, конечно, встречаешь нужного человека и вот тогда перед тобой открываются все двери»**. Нарратор не исключает появление в окружении людей, которые способны помочь в достижении цели. Здесь показаны мотивы «первое появление волшебного

дарителя» и «получение волшебного средства».

- **«Можно сказать, вплоть до 32 лет я был обычным аферистом, я едва ли думал, что моя жизнь может круто измениться, а жизнь круто изменилась после встречи с кинорежиссером Гаем Ричи».** Далее герой меняет свое место локации, что указывает на развитие и движение сюжета. Мотивы «перемещение в иное царство» и «действия будущего дарителя».

- **«Джейсону почти 53 года, однако находится он в отличной физической форме, актер не скрывает что раньше позволял себе то, что запрещено, но он начал нормально тренироваться».** Завершается история стандартными для мотивирующего контента мотивами «победа» и «воцарение».

2. Следовательно, сюжетное повествование складывается в нарративную цепочку: обличение-недостача-происки антагониста-борьба-первое появление волшебного дарителя-получение волшебного средства-перемещение в иное царство-действия дарителя-победа-воцарение.

3. Убедительность нарратора подкрепляется следующими вставными конструкциями, средствами выразительности и тропами:

Метафора: открываются все двери;

Фразеологизм: в нужное время в нужном месте;

Мотивационные советы: «Не останавливайся, продолжайте как бы плохо вам ни было, не сдавайтесь, даже если вы не достигаете желаемых результатов, продолжайте делайте свое дело до конца»;

Разговорная речь: жизнь круто изменилась.

4. Данные конструкции поддерживают образ позитивного блогера, что позволяет продолжать использовать разговорный стиль речи.

5. Это находит отражение в комментаторской среде, где зрители начинают делиться собственными желаниями и целями:

- **«Стейтем - красавица. Понравился как актёр, когда первый раз увидел фильм с его участием, он меня очень вдохновляет на изменения»**, - @user-yf5dt2px1m.

- **«Зависит от набора качеств человека, меня он мотивирует, но честный и добрый, в маленькой бедной стране вряд ли добьется миллионного состояния, хотя примеров море»**, - @peaceful3959.

Второй проанализированный материал содержит цепочку из нарративных матриц, которые отражают путь становления героя произведения, а в комментариях можно заметить сообщения о мотивации подписчиков.

Третий видеоролик содержит информацию о голливудском актере Мэттью Макконахи, мужчина рассказывает свою историю успеха. «Молодой Мэттью Макконахи: «Я и Не Мечтал, Что Столького Добьюсь!» [\[11\]](#).

1. Данная история также сюжетно начинается с представления главного героя:

В видеоролике происходит диалог, где не обозначен главный герой, однако в поле описания видеоролика автор описывает все достижения главного героя: **«Сегодня мы**

посмотрим интервью Мэттью Макконахи 1997 года. Он рассуждает о том, хотел ли стать актером, ожидал ли он успеха в индустрии кинематографа и как успех повлиял на его жизнь. Надеюсь, что вам понравилось! Оставляйте свои пожелания и отзывы в комментариях под видео». Как и в предыдущих материалах, нарраторы используют мотив «обличения».

- «Когда вы росли в Лонгвью, штат Техас, в так называемой Стране сосновых лесов, мечтали ли вы, что всё сложится так? -Нет, мэм... Совсем нет. В Лонгвью... Мы переехали туда в восьмидесятом, так что мне было 10. Я никогда о таком не думал. Я даже и не знаю, чем я хотел заниматься. До этого я хотел стать футболистом, как отец». Продолжая сюжет, автор раскрывает информацию, что в данном отрывке можно заметить историю переезда и становления личности главного героя. Мы видим мотив «отлучка», которая подразумевает переезд семьи героя.

- «Мы даже фильмы особо не смотрели. Мне не разрешали смотреть телевизор или ходить в кино». Далее можно заметить уже стандартное использование мотивов «запрет» и «нарушение запрета».

- «Так что это было всегда вне круга моих интересов. Так что я и не мечтал об этом. Наверное, мне тогда было все равно, что я буду делать в жизни». Затем в истории появляется мотив «начинающееся противодействие», он предполагает, что главный герой начинает взрослеть, ему приходится разрешать сложившиеся ситуации, даже находясь в детской позиции.

- «- Но теперь вы здесь. Один из лучших актеров в стране. Хорошо всё сложилось? - Я бы сказал превосходно. - Вы бы что-нибудь изменили? - Изменил бы я что-нибудь... Нет. Нет, я бы ничего не изменил». Далее с главным героям происходят стандартные изменения, мотив, «трансфигурация».

- «Всё пошло по такому сценарию, какой я бы и прописал. Наверное, я его и писал. И всё сложилось чудесно. Я многому учусь, и я расту. И при этом получаю много удовольствия от этого». Необходимость изменения локации в истории раскрывает мотив «перемещение в иное царство» и «борьба». Предполагается, что мужчина борется с определенными моментами, чтобы стать лучше.

- «Сперва, сразу после фильма «Время убивать», когда пошла первая волна широкого внимания, это немного выбивало из колеи. Когда внимание идет с такой интенсивностью и в таком размере, нужно было не потерять себя, сохранить свое обычное состояние разума. Будучи из Техаса, хотелось сохранить в себе то, что я там получил». В данном отрывке присутствуют инвариант «борьба», инвариант «трансфигурация», инвариант «клеймение», что также указывает на развитие персонажа.

- «И сейчас я учусь по-настоящему наслаждаться теми возможностями, которые мне выпадают». История завершается классическим мотивом «победа».

2. Следовательно, на основе вышеобозначенного повествования можно определить нарративную цепочку: обличение-отлучка-запрет-нарушение запрета-начинающееся противодействие-трансфигурация-воцарение-перемещение в иное царство-борьба-трансфигурация-клеймение-победа.

3. Для больше убедительности автор использует следующие конструкции, тропы и средства выразительности:

Риторический вопрос: «Изменил бы я что-нибудь...»;

Фразеологизм: выбить из колеи;

Парцелляция: «Я никогда о таком не думал. Я даже и не знаю, чем я хотел заниматься. До этого я хотел стать футболистом, как отец»;

Разговорная лексика: выпадают возможности;

Метафора: круг интересов, волна внимания, выпадают возможности;

4. Данные особенности, как и в предыдущих материалах, раскрываются в разговорном стиле речи.

5. Данный прием работает, так как комментаторская среда зрителей содержит позитивные высказывания:

- «Спасибо за наставление. Я люблю тебя. Счастья, здоровья и успеха тебе!» - @user-pr8cm6wn4b.

- «Спасибо большое за помощь и поддержку», - @luckyman6033.

«Мой ЛЮБИМЫЙ АКТЁРИ угадайте после чего я вспылала к нему ЛЮБОВЬЮ?! Когда услышала и увидела, как он носит на руках свою СТАРУЮ СОБАКУ, у которого от старости и болезни отказали задние ноги. Он так сильно его любил, что отказался его усыплять, а старался максимально продлить ему жизнь, во всём ему помогая!!!!!» - @allamatveeva1703.

Исходя из анализа медиапроизведения, можно заметить положительную реакцию и благодарность за «наставления».

Обратимся к анализу материалов сервиса коротких видеороликов TikTok:

Рассмотрим первый видеоролик [\[7\]](#), размещенный в TikTok. В нем содержится информация о Уитни Вульф, она является создательницей одного из известных приложений для знакомств.

1. Как и в предыдущих видеороликах, очевиден выбор раскрытия сюжета:

- **«Свой первый бизнес она запустила в 19 лет, еще во время учебы Уитни придумала дизайн бамбуковых сумок и основала благотворительную организацию HelpUs, каждая сумка стоила 24 доллара, а деньги от продажи она отдавала на благотворительность».** В начале истории мы знакомимся с главной героиней видеоролика. Автор обозначает ее достижения, что уже обозначено инвариантным мотивом «обличение», который предполагает воспевание героя. Также зритель может заметить, что героиня выполняет роль благотворителя, что можно соотнести с инвариантами «действия будущего дарителя» и «воцарение».

- **«В 2011 Вульф переехала в Лос-Анджелес и устроилась менеджером по маркетингу в только что зарождающуюся компанию Tinder».** Автор, рассказывая историю, использует мотив «отправка», который необходим для дальнейшего повествования и раскрытия главной героини.

- **«Кстати, само название Tinder придумала именно Вульф. Однако в 2014 году Уитни покинула сервис, ссылаясь на глупое отношение, сексуальное домогательство».** В следующей части мотивирующего контента можно увидеть мотивы

«происки антагониста», «начинающееся противодействие», где героиня сталкивается с домогательством со стороны руководства и решает создать собственный бизнес.

- **«Уитни впала в глубокую депрессию, просто выгорела. Но ей написал глава сервиса знакомств Badoo и предложил работу»**. В ходе повествования герою помогает волшебный даритель, мотивы «первое появление дарителя» и «борьба».

- **«Уитни отказала, но предложила инвестировать в совместны стартап Bumble, исключительной особенностью которого является то, что мужчина первым писать не может»**. Развитие история получает в данном отрывке, где содержатся мотивы «действия будущего дарителя», «перемещение в иное царство».

- **«Успех от стартапа превзошел все ожидания, в первый же месяц его скачали более 100 тысяч раз»**. Стандартным мотивом для завершения истории выступает «победа».

- **«Сегодня в данном приложении больше ста миллионов пользователей, в 150 странах. Уитни Вульф принадлежит 12% компании, а ее долю оценили в 1,6, миллиардов долларов»**. Нарратив, который завершает все повествование, называется «воцарение».

2. Исходя из вышеописанного повествования, можно выделить цепочку из нарративных матриц: обличение-действия будущего дарителя (в рамках обличения)-воцарение (в рамках обличения)-отправка-происки антагониста-начинающееся противодействие-первое появление дарителя-борьба-действия будущего дарителя-перемещение в иное царство-победа-воцарение.

3. Авторы сервиса также выстраивают позитивное общение со зрителем, в их речи присутствуют средства художественной выразительности, тропы и конструкции:

Разговорная лексика: кстати;

Метафора: зарождающаяся компания;

4. Нарратор использует разговорный стиль речи.

5. Такой стиль подачи не оставляет равнодушными зрителей, что отражено в комментаторской среде:

- **«УМНИЦА, НАДО ОТКРЫВАТЬ СВОЕ ДЕЛО»**, - user67006

- **«Сильная девушка, хочу такой же успех»**, - Pavel.

Проанализировав первый ролик сервиса TikTok, мы уже можем утверждать о структурной схожести мотивирующего контента. Нарраторы сервиса также используют доверительный стиль беседы для построения контакта со зрительской аудиторией.

Второй видеоролик ^[8] содержит историю об известном дизайнере, которого зовут Филипп Плейн.

1. Похожим на предыдущие является и сюжетное повествование данного видеоролика:

- **«Я начал работать в 1998 году, мой череп с камушками появился в 2002 году на одежде. Вот так все начиналось»**. Автор в начале истории использует мотив «обличение», который также знакомит зрителя с главным героем произведения.

- **«Я продавал мебель до 99 года, привозил ее на известные дизайнерские выставки. И если вы погуглите мою мебель в интернете, то вы увидите, каким минимализмом я занимался в начале».** В данном отрывке мы можем заметить начало пути главного героя и мотив «начинающееся противодействие».

- **«Никто не покупает мою габаритную мебель, и я решил, что на следующую выставку я обязательно приеду с аксессуарами для интерьера, а не буду таскаться со всеми этими столами, креслами и стульями».** Далее в истории раскрывается мотив «отправка», необходимый для развития повествования.

- **«Я освоил технологию горячего прядения и склеивания и стал делать подушки Сваровски».** Главный герой начинает совершать переход из одного состояния в другое, «трансфигурация».

- **«И вот в Париж, на выставку 2001 года я вернулся с кипой подушек в стразах, они разлетелись как горячие блинчики, потому что никто не делал подушки со стразами».** После обретения нового состояния герой вступает в состояние борьбы, мотив «борьба», мужчина начинает создавать собственный бренд.

- **«Затем в Кельне происходила международная выставка мебели, Я купил старую винтажную армейскую куртку и наклеил на не старых. На выставке все спрашивали у меня о том, где я взял эту куртку».** Далее в его жизни появляется помощник, способный раскрыть потенциал героя. «Получение волшебного средства».

- **«На второй день выставки я решил ее продать, а потом я продал еще сотни таких курток».** Стандартным завершением истории является использование мотивов «победа» и «воцарение».

2. В ходе повествования выстраивается следующая нарративная цепочка: обличение-начинающееся противодействие-отправка-трансфигурация-борьба-получение волшебного средства-победа-воцарение.

3. Для большего расположения зрителя к себе автор использует средства выразительности, тропы и различные конструкции:

Разговорная лексика: кipa подушек, таскаться со всеми этими столами, погуглите;

Идиома: расходились как блинчики;

Гипербола: продал соткни таких курток;

4. Для создания комфортного просмотра автор использует разговорный стиль речи.

5. После чего зритель раскрывается в комментаторской среде:

- **«Ну, в общем сейчас безвкусица в тренде, как вороны, но его работы иногда вдохновляют»**, - user3751.

- **«Расскажите лучше, ка кон попал на эти выставки, я воспользуюсь такими советами»**, - Freia.

- **«Неужели он просто мебельщик? Как у него это получилось?»** - Freia.

Данный материал также содержит нарративную цепочку, необходимую для построения мотивирующего контента.

Третий видеоролик [\[6\]](#) содержит информацию о бизнесе индуса, который придумал план того, как можно обхитрить большие компании по производству энергетиков.

1. Мотивирующий контент сервиса с короткими вертикальными видеороликами строится по одному и тому же принципу.

- **«У этого индуса состояние 1 миллиард долларов. Он настоящий гений маркетинга, благодаря одной классной идее, он смог победить такие компании как Ред булл и Монстер».** История начинается с мотива «обличение». Нарратор знакомит зрителя с главным героем произведения, раскрывает основные достижения.

- **«Смотрите, в 2003 он решил создать энергетический напиток, была одна огромная проблема, как ему обычному человеку тягаться с Ред булл?»** для развития истории автор использует мотив «отправка», главный герой вступает в активные действия.

- **«Но он был умный мужик и заметил, что некоторые клиенты не полностью пьют энергетик. То есть они чуть-чуть выпивают, а дальше выкидывают. Это навело его на мысли сделать баночку нестандартной формы».** Сталкиваясь с проблемой, главный герой приступает к трансформации, в данном отрывке используется мотив «трудная задача»

- **«Он сделал маленькие баночки, чтобы можно было залпом выпить. Эти банки можно было ставить на полку, где стоят обычные энергетики, можно было ставить и на кассу».** Продолжая рассказ, автор прибегает к использованию мотивов «решение трудной задачи» и «начинающееся противодействие».

- **«Чтобы клиенты поняли фишку, он назвал свой продукт «5 часов дополнительной энергии», чтобы потребитель сразу видел философию бренда».** Мотив «борьба» показывает то, как мужчина при помощи своих идей побеждает другие компании.

- **«Уже в 2012 году его годовая выручка 1 миллиард долларов».** Стандартным завершением истории выступает мотив победа».

- **«Если у тебя есть классная фишка и мозги, то на конкурентом рынке, ты можешь выделяться и конкурировать с огромными гигантами».** Преодолев неприятности, главный герой становится проходит через изменения, это отражено в мотиве «воцарение».

2. Таким образом, можно выстроить следующую нарративную цепочку в рамках вышеописанной истории: обличение-отправка-трудная задача-решение-борьба-победа-воцарение.

3. Особенности мотивирующего контента предполагают использование нарратором различных средств художественной выразительности, тропов и конструкций, грамматически не связанных с членами предложения:

Разговорная лексика: классная фишка, выпить залпом, он умный мужик, классная идея, у этого индуса...;

Метафора: навело на мысли;

Обращение: смотрите;

Эпитет: огромная проблема;

4. Рассказывая данный материал, нарратор использует разговорный стиль речи, что также является неотъемлемой особенностью МК.

5. Доверительная беседа продолжается в комментаторской среде:

- **«Я заметил одно: эти люди стали богатыми все в Америке. Кажется, там шансов больше стать богатым, если есть голова на плечах»**, - Vasif-Ali.

- **«Проще корзины с фруктами. Я вот тоже хочу таким заняться, но пока не решаюсь»**, - u_r_my_moon.

- **«Бро, реально круто, спасибо»**, - Likemen.

- **«Молодец, парень, очень виртуозно, умница!»** - Кульсым.

Слова благодарности зрителя отражают вовлеченность в мотивирующие видеоролики.

Таким образом, очевидна уникальность мотивирующего контента в медиапространстве, она связана с тем, что МК, основываясь на архетипах волшебной сказки становится социально значимым контентом. Замечая первичный поход к специалисту психологического профиля, МК способен вызвать у зрительской аудитории отклик, выраженный в словах благодарности и мотивированности. Такой отклик, по-видимому, обуславливается правильно нарративно-выстроенными сказочными архетипами, которые отражают не только путь становления главного героя экранного произведения, но и помогают выстроить примерный план действий выхода из кризисного положения зрителю. Укорененность в культуре сказочных нарративных матриц [\[9, с. 215\]](#) помогает нарратору выстроить контакт с подписчиками и нарастить аудиторию на разных медиаплатформах. Привлекая к повествованию успешных людей, прошедших «борьбу» и «воцарение» блогер показывает, что любая проблема может быть преодолима. Популярность таких материалов неоспорима, так как, имея важную социальную функцию, зритель способен скорректировать путь собственного становления, опираясь на позитивный результат социально одобряемого человека.

Библиография

1. Аймалова Ю. А. You-Tube как канал влияния на общественное мнение / Ю. А. Аймалова // Вестник науки. — 2022. — № 3 (48). — С. 10-23.
2. Алещанова Ирина Владимировна Нарративность: определение понятия // Известия ВГПУ., 2006. – №3. – С. 43-47.
3. Бремон Кл. Структурное изучение повествовательных текстов после В. Проппа // Французская семиотика. От структурализма к постструктурализму / пер. с франц., сост., вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: ИГ Прогресс, 2000. С. 239–246.
4. Возможности для продвижения видео на YouTube // Cossa : интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. — URL: <http://www.cossa.ru/trends/132315/> (дата обращения: 25.04.2021).
5. Духновский С. В. Переживание психологического кризиса и ситуационные реакции личности / С. В. Духновский // Вестник Курганского государственного университета. — 2014. — № 1. — С. 78-81.
6. История бренда энергетических напитков 5-hour ENERGY // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNK39Uq7> (дата обращения: 16.11.2023).
7. История Уитни Вульф // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNwyeURD>. (дата обращения: 15.11.2023).

8. История Филиппа Плейна // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNwyndJH> (дата обращения: 15.11.2023).
9. Концевая Т. Ю. Какой контент YouTube актуален среди интернет-пользователей? / Т. Ю. Концевая, Д. С. Быльева // Коммуникативные стратегии информационного общества : труды IX Междунар. науч.-теорет. конференции. — Санкт-Петербург, 2017. — С. 214-218.
10. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. — 3-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2012. — 352 с.
11. Молодой Мэттью Макконахи: "Я и Не Мечтал, Что Столького Добьюсь!" (Интервью 1997) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1a3w8AQТсMI> (дата обращения: 04.11.2023).
12. Мотивация от Джейсона Стэтхэма | Советы от голливудского актера // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=rkBYGy_Mw3A&list=RDCMUЦИQwee4W3DnKOqZqtVEeN5Q&index=41 (дата обращения: 06.11.2023).
13. Наговицын А. Е., Пономарева В.И. Сказкотерапия: теория и практика. Типология сказки. — Москва : Генезис, 2011. — 336 с.
14. Научись Думать Как Миллионер-Грант Кардон-Мотивация Успеха // YouTube. URL: <https://youtu.be/AO6hFtjdouM?si=osRdnW7GmUhQSnx>-(дата обращения: 05.11.2023).
15. Пропп В. Я. Морфология сказки / В. Я. Пропп. — Ленинград : Academia, 1928. — 152 с

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье представлены результаты исследования нарративной структуры мотивирующего контента, размещенного как в видеохостинге горизонтальных длинных видеороликов You-Tube, так и в сервисе для создания коротких видеороликов вертикального типа TikTok. Актуальность данной работы не вызывает сомнения и обусловлена растущим интересом научного сообщества к медиадискурсу как объекту лингвистики и межкультурной коммуникации, а также к такому понятию как 'мотивирующий контент': «термин 'мотивирующий контент' ранее не рассматривался в качестве отдельной единицы анализа. Его распространенность в медиапространстве говорит о целесообразности академического изучения».

Теоретической базой научной работы послужили труды известных российских и зарубежных ученых, таких как В. Я. Пропп, А. Маслоу, С. В. Духновский, Клод Бремон, Ю. А. Аймалова, Т. Ю. Концевая и др. Материалом исследования явились шесть видеоматериалов (3 материала горизонтального характера платформы You-Tube, три материала вертикального характера сервиса TikTok), затрагивающие стандартные кризисные ситуации человека. Выбор именно этих роликов автор(ы) объясняют «высокой степенью их репрезентативности». Эмпирической базой явилось содержание комментариев к мотивирующему контенту, отражающих рецепцию зрителя, так как «нарратором затрагиваются повседневные человеческие проблемы». Методология исследования выбрана с учётом специфики предмета, объекта, цели и задач работы и основана на нарративном анализе повторяющихся матричных элементов, абстрактно-логическом методе и методе системного анализа.

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) выявить основные средства художественной выразительности, тропы и конструкции, грамматически не связанные с членами предложениями в речи нарратора,

стиль речи нарратора, определить нарративные цепочки из устойчивых матричных сочетаний, а также установить, что «уникальность мотивирующего контента в медиапространстве связана с тем, что, основываясь на архетипах волшебной сказки, он становится социально значимым контентом. Мотивирующий контент способен вызвать у зрительской аудитории отклик, выраженный в словах благодарности и мотивированности, благодаря правильно нарративно-выстроенным сказочными архетипами, которые отражают не только путь становления главного героя экранного произведения, но и помогают выстроить примерный план действий выхода из кризисного положения зрителю».

Стиль изложения соответствует требованиям научного описания: «Перечислим инвариантные функции, обоснованные В.Я. Проппом на сказочном материале», «Обратимся к анализу материалов видеоплатформы You-Tube», «Особенности мотивирующего контента предполагают использование нарратором различных средств художественной выразительности». Следует отметить четкую, логически выстроенную структуру представленного материала, что способствует его полноценному восприятию.

Библиография статьи насчитывает 15 источников, среди которых научные труды на русском языке и ссылки на видеоролики You-Tube и TikTok. Однако автору(ам) следует опираться на более актуальные источники по изучаемой проблематике.

Теоретическая и практическая значимость работы обусловлена ее вкладом в изучение медиалингвистики, а также современных языковедческих проблем, связанных с исследованием нарративных стратегий в мотивирующем контенте медиадискурса.

Статья имеет законченный вид, она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензируемая статья «Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и You-Tube», предлагаемая к публикации в журнале «Litera», несомненно является актуальной ввиду сложности, изменчивости и неопределённости процессов, которые образуют медиадискурс, а также тем фактом, что автор обращается к исследованию одного из трендов метамодернизма, оказывающим влияние на трансформацию социокультурной действительности в целом и развитие креативных индустрий в политике, массмедиа, литературе, кинематографе, развлечениях, музыке.

В статье исследуется нарративная структура мотивирующего контента (далее – МК), размещенного как в видеохостинге преимущественно горизонтальных длинных видеороликов You-tube, так и в сервисе для создания коротких видеороликов вертикального типа TikTok.

Статья является новаторской, одной из первых в российской филологии, посвященной исследованию подобной проблематики. В статье представлена методология исследования, выбор которой вполне адекватен целям и задачам работы.

Автор обращается, в том числе, к различным методам для подтверждения выдвинутой гипотезы. Методология исследования основана в первую очередь на нарративном анализе повторяющихся матричных элементов, которые были выявлены В.Я. Проппом в ходе изучения организации сказочного повествования. В качестве методов исследования также применяются теоретический анализ литературы,

медиалингвистический анализ, методы критической лингвистики и др. Неясен отобранный языковой корпус для проведения исследования (ролики, их количество и характеристики), а также принципы выборки материала.

Выводы автора проиллюстрированы языковыми примерами на русском языке.

Представленная статья выполнена в русле современных научных подходов. Статья структурирована, состоит из введения, в котором автор обозначает цели и задачи настоящего исследования, а также приводит историческую справку о разработанности рассматриваемой научной проблематики, основной части, заключения.

Однако заключение статьи не в полной мере отображает поставленные автором задачи, также в статье нет информации о возможных перспективах исследования.

Библиография статьи насчитывает 15 источников под авторством как отечественных, так и зарубежных исследователей.

К сожалению, отсутствуют ссылки на фундаментальные работы, такие как монографии, кандидатские и докторские диссертации по заявленной тематике, что могло бы усилить теоретическую значимость работы. В общем и целом, следует отметить, что статья написана простым, понятным для читателя языком.

Высказанные замечания не являются существенными и не умаляют общее положительное впечатление от рецензируемой работы. Работа является новаторской, представляющей авторское видение решения рассматриваемого вопроса. Статья, несомненно, будет полезна широкому кругу лиц: филологам, магистрантам и аспирантам профильных вузов. Практическая значимость исследования определяется возможностью применения данных статьи в курсах по лингвокультурологии, журналистики и теории дискурса. Статья «Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и You-Tube» может быть рекомендована к публикации в научном журнале из перечня ВАК.