

Litera

Правильная ссылка на статью:

Павлов Д.Н., Голованов А.Н., Тырколова В.В. — Медианарратив: к вопросу о структуре и функциях // Litera. – 2023. – № 8. DOI: 10.25136/2409-8698.2023.8.43675 EDN: WZWHED URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=43675](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=43675)

## Медианарратив: к вопросу о структуре и функциях

**Павлов Дмитрий Николаевич**

аспирант, кафедра журналистики, медиакоммуникаций и рекламы, Московский университет имени А.С. Грибоедова

111024, Россия, Центральный федеральный округ, г. Москва, ул. Ш. Энтузиастов, 21

✉ [dima2011211@gmail.com](mailto:dima2011211@gmail.com)



**Голованов Александр Николаевич**

аспирант, кафедра журналистики, медиакоммуникаций и рекламы, Московский университет имени А.С. Грибоедова

111024, Россия, Центральный федеральный округ, г. Москва, ул. Ш. Энтузиастов, 21

✉ [headmanjr@yandex.ru](mailto:headmanjr@yandex.ru)



**Тырколова Варвара Вячеславовна**

аспирант, кафедра журналистики, медиакоммуникаций и рекламы, Московский университет имени А.С. Грибоедова

111024, Россия, Центральный федеральный округ, г. Москва, ул. Ш. Энтузиастов, 21

✉ [vasviva@ya.ru](mailto:vasviva@ya.ru)



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

### DOI:

10.25136/2409-8698.2023.8.43675

### EDN:

WZWHED

### Дата направления статьи в редакцию:

30-07-2023

**Аннотация:** В качестве исследовательской задачи авторами была осуществлена попытка провести анализ феномена медианарратива в структурно-функциональном аспекте. Избранный материал исследования включает в себя следующие явления: советские плакаты, публикации в средствах массовой коммуникации (СМК) и

видеоролики (мотивирующий контент), размещенные на платформе TikTok. Предметная сторона исследования включает в себя нарративные мотивы, представленные в соответствующих материалах. Актуальность данного научного исследования обуславливается тем, что медианарратив обладает большим «манипулирующим ресурсом» и может воздействовать на индивидуума или социум. Манипуляционная «сила» медианарратива усиливается прямо пропорционально развитию информационных технологий в современном обществе. В основе методологии исследования лежит нарративная теория В. Я. Проппа, которая предполагает декомпозицию сюжета на составные инвариантные мотивы. Анализ показал, что мотив борьбы в исследуемых медианарративах является ключевым, он повторяется во всех сюжетных конструкциях – от нарратива советского плаката до современных нарративных форм. Важность данного мотива объясняется тем, что он сопрягается с целями медиавоздействия, а реципиенты начинают воспроизводить в реальность мотивы из изученных авторами материалов. То есть, можно сказать, что аудитория, потребляя информацию, содержащую такого рода медианарратив, начинает сама становиться его частью, но уже в действительности.

#### **Ключевые слова:**

Нарратив, медиа, Пропп, мифология, сказка, СМК, манипуляция, плакат, Соцсети, мотив

Медианарратив, понимаемый как совокупность медиасюжетов, настраивает на определенные формы и способы мышления посредством демонстрации примеров и призывов к их выполнению или отказу от них, может рассматриваться в качестве средства социального влияния. **Объектом** исследования выступает медианарратив, рассматриваемый как инструмент формирования общественного или личного мнения. Эмпирической базой работы стали советские плакаты, публикации в СМК и видеоролики на платформе TikTok. Выбор столь хронологически разнородных объектов обусловлен гипотезой работы.

В качестве гипотезы исследования выдвигается идея о том, что успешные нарративные стратегии, даже хронологически далекие, имеют сходные принципы организации, которые стали **предметом** исследования работы.

**Структурная специфика** изученных материалов заключается в их нарративно-сюжетной организации. По нашему предположению объект изучения реанимирует повествовательные архетипы волшебной сказки. Это связано с относительной простотой используемых мотивов. Мы полагаем, что материалы данного характера несут побудительную функцию [\[1, с. 18\]](#). Нарратор, для побуждения реципиента к действию, делает упор на необходимый мотив, который предположительно воплощает художественный образ героя в зрителе, тем самым, помогая личности перейти в активное состояние.

**Методологической основой** исследования стала теория В. Я. Проппа. В своей работе «Морфология волшебной сказки» [\[2, с. 35\]](#) он выявил мотивы, организующие сказочное повествование в единую синтагматическую структуру.

Данные функции мы можем обнаружить в нарративной структуре [\[3, с. 56\]](#) объектов нашего исследования. Обозначим их четкую рубрикацию:

- Прежде всего мы разбираем нарратив советского плаката. Так как плакат выступает в

качестве иллюстрированного рассказа с текстовым сопровождением, который включает в себя определенный сюжет о конкретном лице, мы можем увидеть, как с помощью различных явлений и персонажей выстроены сказочные мотивы ;

- Аналогичным образом мы рассматриваем нарратив в современных медиа, релевантным материалом исследования для которого, как мы считаем, служат новостные публикации телеграм-канала «NEXTA Live» (рассмотрено 10 публикаций для анализа). Они иллюстрируют использование нарративных мотивов при составлении новостных материалов;

- Третьим объектом нашего исследования, которые мы обозначаем как нарратив социальных ресурсов, является группа из трех видеороликов мотивирующего характера, размещенных в различных аккаунтах на платформе TikTok.

### **Нарратив советского плаката**

Самой простой и легкой для восприятия формой медианарратива, выступает комикс или в равной степени русский лубок с его потомком – плакатом. Они представляют собой иллюстрированный рассказ, включающий определенный сюжет о конкретном акторе, который существует на фоне различных явлений и персонажей, определяющих его действия.

Нарратив выстраивается из знаков двух типов: иконических (сам рисунок) и символов (вербальные пояснения). В случае с плакатами — иллюстративных, дополненных текстовыми пояснениями.

Как утверждал Ролан Барт в своей работе «Мифологии», «зрительный образ, конечно, императивнее письма, свое значение он внушает нам сразу целиком, без разложения на дробные элементы <...>. Как только зрительный образ начинает нечто значить, он сам становится письмом, а в качестве письма он предполагает и некое словесное оформление» [\[4, с. 267\]](#).

Развивая эту идею, Барт полагает, что визуальное получает свое сюжетное наполнение через вербальное, то есть когда путем сочетания изображения с текстом последний, ограничивая варианты для интерпретации первого, начинает проявлять себя как функция именования, которая ведет к закреплению денотативных смыслов. «Что касается "символического" сообщения, то здесь словесный текст управляет уже не актами идентификации, а процессами интерпретации; такой текст подобен тискам, которые зажимают коннотативные смыслы, не позволяют им выскользнуть ни в зону сугубо индивидуальных значений <...>, ни в зону значений, вызывающих неприятные ощущения» [\[5, с. 305\]](#).

Вот как раз такую форму распространения информации, прямо «бьющую» в восприятие человека и обеспечивающую беспрепятственность ее усвоения, первоначально избрал творческий тандем В. В. Маяковского и А. М. Родченко в «Окнах сатиры РОСТА». Рисунки примитивного характера с емкими высказываниями в виде комикса содержали в себе короткие рассказы, «строевые» мотивы которых можно соотнести с функциями волшебной сказки, выведенными В. Я. Проппом.

Так, в «Окнах сатиры РОСТА» героем нарратива с различными сюжетами выступает безликий красноармеец (иногда такой же рабочий). Солдат Красной армии, изображенный иконически в виде двухмерной, будто вырезанной из бумаги фигурки в фуражке и с ружьем. Его антагонистом в таком случае выступает пузатый буржуй во

фраке и цилиндре, а также представитель ударной силы буржуазии в виде царского генерала или польского солдата, отображающих актуальные внутригосударственные и международные события России конца 10-х – начала 20-х годов XX столетия.

В «Окне сатиры РОСТА» «Серые! К вам орем вниз мы: Довольно в тине буржуазной плесниться. Одно спасенье – в коммунизме! Ловите! К счастью единственная лестница» [6] реципиенту демонстрируется обладание красноармейцем сведениями о достижении счастья, которого можно добиться под знаменем Российской Коммунистической Партии. Здесь налицо сюжет из четырех частей. Каждая часть нарратива проявляется конкретной проповедской функцией. Так, **недостача** высокого (до солнца) природного значения человека компенсируется **приобретением волшебного средства** – коммунистической идеологии в виде лестницы, которая, давая возможность вылезти из низов, позволяет герою **ликвидировать недостачу и победить** самого себя.

В «Окне сатиры РОСТА» №76 [7, с. 17] «Товарищи, не поддавайтесь панике. Она делает обыкновенно из мухи слона... Без всякой паники, но и не зря резво, идите на фронт – хладнокровно и трезво» красноармеец предстает перед антагонистом в качестве хладнокровного, то есть смелого героя, выбравшего трезвость, то есть отвечающего за свои поступки. Здесь нарратив формируется также из четырех частей, соответствующих сюжетным функциям нарратива. Главным мотиватором для красноармейца опять-таки служит **недостача**, от которой надо избавиться. В данном случае отсутствие трезвости приводит к преувеличению вражеских сил и нехватке собственных возможностей. Поэтому, обзаведясь таким **волшебным средством**, как трезвость, солдат красной армии **ликвидирует недостачу** собственных сил, что приводит к **победе над врагом**.

Невооруженным глазом видно, что ключевой сюжетной функцией в нарративе о красноармейце-рабочем в революционной агитационно-пропагандистской «Сатире РОСТА» было событие, когда **в распоряжение героя попадает волшебное средство**.

В «Окне сатиры РОСТА» №742 [8, с. 58] «Мы зажгли над миром истину эту. Эта истина разнеслась по всему свету. Теперь нам нужны огни эти. Пусть этот огонь Россию осветит!» рабочий держит в руке факел (**волшебное средство**), представляющий образ коммунизма, который в итоге превращается в «лампочку Ильича», символ курса на электрификацию, провозглашенного В. И. Лениным.

В «Окне сатиры РОСТА» (номер не найден) «Мир стоит на вулкане. Смелее решетки гни. Коминтерна мощный магнит, Стальную пыль восстаний тянет в единый меч, в единый щит» [9] рабочий обзаводится мощным молотом, который помогает ему разрушить буржуазную решетку, сковавшую мир. **Недостаток** свободы в этом случае ликвидируется молотом, превращающимся в транспарант с надписью «Коминтерн», черенком от которого красный рабочий придавил, пузатого буржуа, сброшенного с земного шара.

Наравне с этими «волшебными» средствами в руках красноармейца всегда присутствует ружье, причем с примкнутым штыком, с помощью которого он разит антагониста и охраняет границу, что в контекст строевой команде в дореволюционной России «примкнуть штыки», демонстрирует его постоянную готовность к атаке.

В большинстве случаев победа над буржуем, царским генералом или представителем вражеской армии описывается в виде иллюстрации фразеологизмов «поднять на штыки» и «опрокинуть в бездну».

Всеобщность такого образа борьбы с врагами подтверждается его применением в

различных видах искусства. Например, в поэзии. В стихотворении Демьяна Бедного так и говорится:

«С Красной Армией пойду

Я походом,

Смертный бой я поведу

С барским сбродом,

Что с попом, что с кулаком

— Вся беседа:

В брюхо толстое штыком Мироеда!» [\[10, с. 160\]](#)

Это проявилось в таких плакатах, как «Окно сатиры РОСТА» №62 «Украинских и русских клич один: "Да не будет пан над рабочим господин!"» [\[11\]](#), в котором изображенные уже известным нам способом красноармеец и рабочий подкинули штыками своих ружей испуганного польского гусара в расстегнутом доломане и в кивере с высоким султаном на голове.

В свою очередь, в «Окне сатиры РОСТА» №146 [\[12, с. 23\]](#) «Пока не укрепится красное знамя – винтовка не может быть брошена нами» красная фигурка рабочего с помощью ружья со штыком, поднятым над головой мощным кулаком, прогоняет польского солдата и солдата Белой армии с холма, на котором установлено красное знамя с надписью: «РСФСР».

Со временем образ героя-красноармейца в революционных агитационно-пропагандистских плакатах претерпевает модификацию. Он начинает приобретать конкретизирующие очертания. Такое же трафаретное изображение героя в виде красной фигурки становится чуть более усложненным иконическим знаком с помощью прорисовки черными линиями частей человеческого лица и тела внутри фигурки красноармейца.

Например, на плакате В. Н. Дени «Спешите пана покрепче вздуть! Барона тоже не забудьте!» [\[13\]](#) красноармеец, стиснув зубы в ехидном оскале, демонстрирующем насмешливую злобу к врагу, занес сцепленные пальцы в кулак, чтобы поразить пойманного им за воротник беспомощного польского пана.

В таких плакатах, как в агитационном листке Дени, герой уже обзаводится эмоциональными характеристиками, которые демонстрируют зрителям его отношение к антагонистам.

То же самое касается и приобретения личностных черт в образе героя – революционного рабочего. Так, в плакате «Дорогу мировому октябрю» [\[14\]](#) того же художника рабочий с помощью черных линий, но уже утолщенных для прорисовки теней, демонстрирует персонажа, пусть и представленного в иконическом виде, однако имеющего уже индивидуальный вид человека. Благодаря этой конкретизации рабочий, который над совещательным собранием буржуев занес приклад ружья для удара по ним, стал выглядеть суровым мужчиной с мускулами лица, изображенными строгими заостренными формами.

Кульминацией развития иконического образа красноармейца стал солдат Красной армии

на плакате Д. С. Моора «Ты записался добровольцем?»<sup>[15]</sup>. В этом плакате революционный боец имеет портретное изображение (автор плаката изобразил самого себя). Представитель революционных войск в данном случае был подвергнут полной персонификации. При этом необходимо отметить, что отход от иконического, трафаретного изображения героя произошел в тот момент, когда вступила в силу такая пропповская сюжетная функция, как **Герой реагирует на действия будущего дарителя**, в данном случае – помощника. В этом же конкретном сильно редуцированном нарративе помощником становится сам зритель, реципиент красноармейца, призывающего ко вступлению в ряды революционных войск.

На этом плакате участие зрителя в обращении героя здесь и сейчас именно к нему подкрепляется указующим жестом красноармейца в виде выставленного вперед пальца, а также – с помощью широко раскрытых глаз, пронзительного взгляда автора-героя плаката, устремленного сквозь пространство рисунка прямо на уличного прохожего, такого вынужденного получателя информации.

Подытожив, стоит сказать, что медианарратив о «приключениях» героя-красноармейца в революционных агитационно-пропагандистских плакатах развивался на основе проявления функций персонажей, которые были выведены В. Я. Проппом при изучении сюжетов русских сказок. Лейтмотивом сюжетов в плакатах «Окон сатиры РОСТА» была незначительная, которая ликвидировалась с помощью волшебного средства и приводила к победе над врагом или самими собой. Сам образ героя-красноармейца претерпевал изменения, начиная с обезличенного иконического изображения персонажа-революционера и постепенно превращаясь в персонифицированный символ борца за победу коммунистического миропорядка. Его очеловечивание произошло с помощью более явной связи плаката с реципиентом, чему способствовала функция персонажа плакатного медианарратива. А представлена она была реакцией героя на действия будущего помощника, в качестве которого выступал сам зритель, становясь участником медианарратива.

### **Нарратив современных медиа**

Если говорить о современных средствах массовой коммуникации, то медианарратив можно проследить и в различного рода телеграм-каналах, которые позиционируют себя как освещающие новостную повестку. Возможности кроссплатформенной системы позволяют им передавать информацию с помощью текста, видео, аудио и картинки, используя из этого что-то одно или совмещая сразу несколько видов подачи материала.

Для данного исследования в качестве материала для анализа мы взяли публикации телеграм-канала «NEXTA Live», датированные временным промежутком с мая 2020 года по март 2021 года. Тогда в Белоруссии после объявления официальных итогов президентских выборов, на которых победил действующий глава государства А. Г. Лукашенко, по всей стране вспыхнули протесты. Телеграм-канал «NEXTA Live» занял оппозиционную официальной власти позицию, выражая поддержку другому кандидату в президенты республики С. Г. Тихановской, а также активно освещал ход событий в стране.

Мы считаем, что при более детальном изучении публикаций данного телеграм-канала можно говорить о том, что во многих из них встречались манипулятивные приемы, а его редакционная политика строилась в том числе на том, чтобы способствовать дестабилизации обстановки в белорусском социуме.

Приемы манипуляции в данном случае, как мы полагаем, частность более широкого –

медиа нарратива, который выстраивала для аудитории «NEXTA Live». Если проследить за сюжетом, который транслировал данный телеграм-канал, можно говорить о том, что в качестве положительного героя выступала Тихановская, которую активно поддерживала «NEXTA Live» в своих публикациях, а ее антагонистом являлся Лукашенко.

В реальности они вступили между собой в борьбу за голоса избирателей, однако в дальнейшем, после подсчета и объявления официальных итогов выборов, по всей стране вспыхнули массовые протесты против их результатов [\[16\]](#).

В данном исследовании мы не ставим задачей проводить анализ политической подоплеки, а также влияния создаваемой телеграм-каналом информационной действительности на общество в реальности. Нас интересует исключительно то, в какой структуре и функциях может проявляться медиа нарратив, складывающийся из отдельных публикаций, сообразно позиции «NEXTA Live».

В рамках выбранной методологии мы подобрали наиболее репрезентативные примеры публикаций в телеграм-канале, а также провели аналогию с детской стихотворной сказкой Корнея Чуковского «Тараканище» [\[17\]](#). В самой сказке можно выделить нарративные компоненты, о которых пишет Пропп в своем труде: нарушение запрета, подвох, вредительство, противодействие, борьба, победа, трудные задачи и решения, ликвидация беды, погоня, спасение, наказание антигероя, свадьба или воцарение. В целом, мы бы хотели сказать, что медиа нарратив, используемый телеграм-каналом «NEXTA Live», имеет много общих пересечений с детской сказкой «Тараканище». Вплоть до того, что главные «антигерои» имеют одно и то же название.

Так, «NEXTA Live» именovala Лукашенко в своих публикациях «тараканом» [\[18\]](#), «Тараканом Григорьевичем» [\[19\]](#), «Тараканом Трёхпроцентовичем» [\[20\]](#), «Усатым Генералиссимусом» [\[21\]](#) и использовала выражение «тараканье государство» [\[22\]](#). То есть, вредитель был обозначен однозначно. Далее, чтобы провести аналогию со сказкой Корнея Чуковского, процитируем отрывок из сказки, которая начинается с картины, где звери весело ехали:

«... Едут и смеются,

Пряники жуют... ».

А затем:

«... Вдруг из подворотни

Страшный великан,

Рыжий и усатый

Та-ра-кан!

Таракан, Таракан, Тараканище!

Он рычит, и кричит,

И усами шевелит:

“Погодите, не спешите,

Я вас мигом проглочу!

Проглочу, проглочу, не помилую” ... »

Можно сказать, что, по мнению телеграм-канала «NEXTA Live», благостная картина происходящего была нарушена появлением злостного вредителя в лице Лукашенко (к которому, кстати, на протяжении предыдущих годов его президентства, начиная с 1994 г., таких претензий, подобным тем, которые в итоге вылились в массовые протесты 2020 г., не возникало). В сказке звери, как водится, сначала испугались таракана.

29 мая 2020 года (в день задержания С. Л. Тихановского и еще до массовых протестов) телеграм-канал опубликовал следующее сообщение: «К вам едет человек, который довёл страну до ручки. С крыш, через прицелы винтовок, на вас будут смотреть снайперы. А он будет рассказывать вам о том, что вы сами во всём виноваты. Ваши действия? Забаррикадироваться и не пускать злодея? Нет. В авральном режиме всё вылизать, вычистить, выкрасить и починить, чтобы он остался доволен поездкой (...)»

[\[23\]](#). Здесь мы видим наблюдаем **функцию вредительства**.

А потом появился Гиппопотам (сюда мы бы отнесли разного рода общественных деятелей, призывавших к «мирным» протестам в Белоруссии), который сказал «крокодилам и китам»:

«... "Кто злодея не боится

И с чудовищем сразится,

Я тому богатырю

Двух лягушек подарю

И еловую шишку пожалую!"

"Не боимся мы его,

Великана твоего:

Мы зубами,

Мы клыками,

Мы копытами его!"

И весёлою гурьбой

Звери кинулись в бой... »

И уже через два дня после этого, 31 мая 2020 года, было опубликовано сообщение: «Комаровка скандирует "выпускай" и "стоп таракан"!» [\[24\]](#). Что можно отнести к **функции противодействия и борьбы**.

То, что борьба – это «весело» всячески напоминала и «NEXTA Live». Так, происходящее в стране она окрестила «тусовками», что имеет коннотацию положительного характера, преимущественно у молодежи («Тусовка на Киевском сквере преобразовалась в шествие. Без каких-либо лидеров!» [\[25\]](#); «Вело-тусовка уже недалеко от здания ОНТ» [\[26\]](#), последнее сообщение сопровождалось подмигивающим улыбающимся смайликом; «На Зыбицкой всегда классные тусовки!» [\[27\]](#) и т. д.). Здесь мы, кстати, усматриваем и пример агитации, которая проявляет **функцию борьбы**.

В реальности подобные призывы со временем переросли в стычки протестующих с правоохранительными органами, где протестующие применяли «коктейли Молотова», строили уличные баррикады, кроме того, были пострадавшие с обеих сторон. «NEXTA Live» же активно снабжала «мирных» протестующих информацией, как правильно делать «сцепки», публиковала для них памятки, призывала не забывать про «средства защиты от карателей» [\[28\]](#).

Ниже мы процитируем еще строки из стихотворения Чуковского, а затем проведем их аналогию с публикациями «NEXTA Live»:

«... Вот и стал Таракан  
победителем,  
И лесов и полей повелителем.  
Покорилися звери усатому.  
(Чтоб ему провалиться,  
проклятому!)  
А он между ними похаживает,  
Золоченое брюхо поглаживает:  
“Принесите-ка мне, звери,  
ваших детушек,  
Я сегодня их за ужином  
скушаю!” ... »

Этому изображению злого сказочного врага, как мы считаем, больше всего соответствует следующая публикация «NEXTA Live»: «Когда дорогой (но так и не пригодившийся из-за прохладной погоды) промышленный кондиционер Daikin увезли, а роскошные красные ковры сняли, внезапно выяснилось, что трибуна, на которой Усатый Генералиссимус вчера принимал парад во время своего #УГшоу, (...) Всё у них так. Абсолютно всё. Не удивимся, если однажды пробьют часы, и шикарный “Майбах” за 1,4 млн \$ превратится в тыкву. Хотя нет. В картошку» [\[29\]](#).

Кроме того, доходило до подобного рода публикаций: «Лукашенко хотел съесть шпица...» [\[30\]](#). Здесь опять же, мы усматриваем **функцию вредительства**.

Мы считаем, что в дальнейшую логику телеграм-канала «NEXTA Live» укладывались бы и следующие строки стихотворения, если переносить его на белорусское общество, которое якобы страдает из-за того, что Лукашенко снова становится главой государства по результатам выборов:

«... Бедные, бедные звери!  
Воят, рыдают, режут!  
В каждой берлоге  
И в каждой пещере

Злого обжору клянут... »

Далее, видимо, по задумке телеграм-канала «NEXTA Live», спасителем-воробьем должна была явиться С. Г. Тихановская, чьей функцией должны были стать **трудные задачи и решения**, а также **ликвидация беды**. В свою очередь, в детской сказке такие функции приобрел воробей:

«... Взял и клюнул Таракана,

Вот и нету великана.

Поделом великану досталось,

И усов от него не осталось... »

А все общество (у Чуковского – звериное, у «NEXTA Live» – белорусское) должно было радоваться этому факту, что означало бы проявление функции **воцарения**:

«... То-то рада, то-то рада

Вся звериная семья,

Прославляют, поздравляют

Удалого Воробья! ... »

При исследовании медианарратива в современных медиа, мы учитываем, что всего Пропп приводит 31 функцию, и понимаем, что не все из них используются, однако здесь хотелось бы отметить, что происходящее в реальности не всегда соотнобразуется с сюжетами сказок, однако, проследить некую общую тенденцию вполне возможно, что мы и сделали, предложив к ряду функций по несколько примеров, которые укладываются в их логику.

Кроме того, нам удалось найти сказку, которая, как мы считаем, наиболее полно и емко соотнобразуется с медианарративом телеграм-канала «NEXTA Live», вплоть до одинакового названия «главного злодея». Стоит отметить, что на схожесть обратили внимание не только мы. Так, российский сайт сатирических «новостей» «Панорама», опубликовал у себя материал под заголовком «В Белоруссии запретили "Тараканище" Корнея Чуковского» [\[31\]](#). Таким образом, мы считаем, что это может служить хорошим примером того, как вся эта ситуация отразилась и была воспринята в массовом сознании.

### **Нарратив социальных ресурсов**

Кроме того, нарративная парадигма наблюдается не только в материалах плакатного характера или в СМК, она четко прослеживается и в развлекательном контенте сервиса для создания коротких видеороликов TikTok. Для более наглядного изучения мы выбрали мотивирующий контент (далее МК), помогающий проходить зрителю через субъектное эмоциональное изменение [\[32, с. 13\]](#). Медианарратив, содержащийся в МК, способен побудить реципиента к решению личностного кризиса [\[33, с. 140\]](#). Популярность такого рода материалов указывает на необходимость академического анализа нарративных мотивов. По нашему предположению, МК реанимирует сказочные архетипы, использование которых помогает образовывать своеобразные сценарные решения различных кризисных ситуаций [\[34, с. 83\]](#). Безусловно, такой прием называется психолого-терапевтическим, он является *временным* и не способен заменить

профессиональную психологическую помощь [\[35, с. 46\]](#). Следует отметить, что в данной работе мы останавливаемся исключительно на структурном аспекте МК.

Объектом в данной части исследования стали три видеоролика, которые размещены в двух тематических аккаунтах. Их репрезентативность обусловлена высоким количеством просмотров, лайков, а также большим количеством комментариев.

(Обратимся к анализу материала.)

Первый аккаунт, рассмотренный в рамках данного исследования, называется «Апгрейд | Мотивация» (1,1 миллиона подписчиков, 44,9 миллиона лайков). Можно заметить, что видеоролики поделены на рубрики: финансовая грамотность, послание из кино, цитаты из книг, советы.

Первый видеоролик в TikTok, который раскрывает использование сказочных нарративов, называется «Дрейк и Lil Wayн перед толпой фанатов» [\[36\]](#). Интересным является отсутствие строгой композиции материала, однако инвариантные мотивы, разработанные В. Я. Проппом, помогают структурировать информацию для более понятного восприятия [\[37, с. 57\]](#). Примечательно, что выбор тех или иных функций зависит от цели ролика.

Очевидно, что повествование начинается с общения главного героя и «волшебного дарителя». В композиции видеоролика присутствуют следующие инвариантные мотивы:

1. «Ты дал мне 30 тысяч долларов, которые я смог принести домой своей маме» - **получение волшебного средства.**
2. «Это изменило наши последующие шесть месяцев. Я никогда не забуду этого, потому что это самая важная сумма, которую я заработал. Мы боролись с бедностью». - **перемещение в иное царство и борьба.**

Таким образом, перед зрителем предстает медийная личность, которая до получения известности проходит через определенные испытания, помогающие трансформации героя.

3. Инварианты **победа** и **воцарение** показаны в моменте, где мужчине удастся разобраться в кризисной ситуации: «Посмотрите на этот успех, ты сделал это, ты помог мне добиться всего!»
4. Важным элементом, сопровождающим МК в TikTok, является вывод в конце материала. В данном случае волшебный даритель обращается к залу с посылом того, что невозможного не существует: «Дайте шума сами для себя, все в вашей жизни возможно!»

Отдельное внимание стоит уделить контекстной работе зрителя с видеоматериалом. Из-за относительно небольшой продолжительности видеоролика подписчики могут восстановить нарратив из контекста.

Для отображения частоты использования сказочных нарративов мы обратимся к следующему видеоролику на данном аккаунте: «Илон Маск заряжает на действия» [\[38\]](#).

1. Так, главный герой рассказывает об истории успеха, которая может произойти с каждым человеком. «Любой богатый человек изначально не был таким. Ваши мечты можно реализовать, если вы приложите усилия и пройдете через множество ударов от жизни» (-) – инвариант **отлучка**, который предполагает лишение поддержки героя со

стороны и создает предпосылку к будущему сюжету.

2. «Хочешь успеха? Действуй в сторону успеха!» – **борьба и перемещение в иное царство**. Данные мотивы используются во всем МК для того, чтобы показать необходимость в преодолении кризиса личности.

3. Примечательно, что в данном видеоролике нет вербального сопровождения результата, к которому должен прийти главный герой после трансформации. Зрителю показан видеоряд из достижений Илона Маска, включающий разработку всех его изобретений: проект SpaceX, Tesla. Именно так автор дает понять зрителю, что для достижения цели необходимо преодолеть трудности.

Повторяющиеся мотивы присутствуют не только на данном аккаунте. Аккаунт «Unistar» в TikTok насчитывает 19,3 тысячи подписчиков и 366 тысяч лайков. Контент сопряжен с музыкальной сферой и носит развлекательный характер, однако нарративные элементы в нем также присутствуют.

Первый видеоролик содержит информацию о певице Рианне и называется: «Как девочка из крохотного острова стала мировой звездой?» [\[39\]](#). Важным элементом этого видеоролика является присутствие нарратора, который композиционно выстраивает повествование.

1. «Девочка с маленького острова, торговавшая одеждой в палатке за каких-то пару лет добилась мировой славы» (-) – инвариант **отправка**, он предполагает начало активных сюжетных действий. Именно он отражает начало путешествия главного героя.

2. «У себя на родном Барбадосе девушка пришла на прослушивание к Эвану Роджерсу» – **первая функция дарителя**. Девушка знакомится с волшебным помощником, который помогает ей начать трансформацию.

3. «Поскольку Рианне было на тот момент 14 лет, то предложение поехать в Нью-Йорк и записать демо он делал ее маме». В данной части рассказа отражен ключевой момент жизни главного героя – **перемещение в иное царство**. Рианна попадает в совершенно другую жизнь, ее сопровождает мать, которая выполняет **функцию наставника**, и **волшебный даритель** – продюсер.

4. «Демозапись попала к Джей Зи, который на тот момент являлся директором лейбла. Рианна вышла с прослушивания только в три часа ночи с контрактом на запись шести альбомов. Работала она только во время школьных каникул» – инвариантные мотивы **реакция на действия будущего дарителя** и **борьба** показывают сложности, с которыми столкнулась певица. На пути к своей цели она преодолела множество страхов и трудностей.

5. «А что было дальше вы знаете...». Нарратор прибегает к приему визуализации достижений главного героя, он перечисляет известные музыкальные композиции, записанные Рианной на пути к популярности.

Таким образом, мы утверждаем, что блогеры используют нарративные мотивы для создания сюжетной составляющей видеороликов. Для побуждения зрителя к действию нарраторы используют мотивы борьбы и трансфигурации, которые завершают художественный образ героя, продолжая его в подписчике. В таком случае мотивирующий контент, подобно волшебной сказке, показывает переход от одного состояния героя к другому, а также побуждает зрителя к данному переходу.

## Выводы

Результаты исследования показали, что составные элементы нарратива сказки широко применяются в медийной сфере и представляют собой основу для формирования медийных сюжетов. При этом проповедские функции продолжают действовать в разных историко-культурных контекстах. Они отличаются лишь использованием различных средств распространения информации, которые доступны или популярны в социуме в конкретный момент времени.

Складываясь в различные мотивы, каждый отдельный нарратив имеет свой набор функций вне зависимости от средства массовой коммуникации. Сочетание функций в нарративах складывается с учетом того, какую цель преследует автор информационного послания. В свою очередь функция борьбы имеет универсальное значение для каждого медианарратива. Ее роль оказалась главной в деле завершения образа героя посредством прекращения набора функций в каждом конкретном медианарративе.

Отметим, что медианарратив о «приключениях» героя-красноармейца в революционных агитационно-пропагандистских плакатах «Окон сатиры РОСТА» содержал лейтмотив недостатки, которая ликвидировалась с помощью волшебного средства и приводила к победе над врагом или самими собой. Образ героя менялся, превращаясь в персонифицированный символ борца за победу коммунистического миропорядка. Его очеловечивание произошло с помощью более явной связи плаката с реципиентом, чему способствовала функция персонажа плакатного медианарратива.

Аналогичным образом нам удалось найти сказку, которая, как мы считаем, наиболее полно и емко соотнобразуется с медианарративом телеграм-канала «NEXTA Live», вплоть до одинакового наименования «главного злодея». При этом явно просматривается схожесть сюжетных функций в этих двух нарративах, принадлежащих к различным историко-культурным контекстам. Кроме того, этот контекст нашел отражение и в общественном сознании в качестве приведенного примера из сатирического издания «Панорама».

В рамках социальных сетей мы также можем заметить активную работу медианарратива со зрителем. Психологический мотивирующий контент платформы TiTok предполагает изменения в самовосприятии и самоидентификации подписчиков, предлагая им более действенную модель поведения при возникновении кризисных ситуаций. Так, мы наблюдаем за изменениям не только главного героя медиапроизведения, но и за возможными изменениями реципиента.

## Библиография

1. Абульханова К.А. Психология и сознание личности (Проблемы методологии, теории и исследования реальной личности): Избранные психологические труды. – М.: Московский психолого-социальный институт, 1999. – 224 с.
2. Осипова Н.О. Структурно-семиотический подход как аспект методологии гуманитарного знания // Культурологический журнал, 2011. – №3. – С. 1-11.
3. Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. – М.: Лабиринт, 2005. – 332 с.
4. Барт Р. Мифологии [Текст] / Ролан Барт; пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С. Зенкина. – Москва: Академический Проект, 2010. – 351 с.
5. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
6. Плакат «Окно РОСТА» №313 «Серые! К вам орем вниз мы...» [Электронный ресурс]. // Folkacademy.1c-umi.ru: Академия Народного Искусства России. URL:

- [https://folkacademy.1c-umi.ru/literaturno-fol\\_klornaya\\_galereya/vladimir\\_vladimirovich\\_mayakovskij\\_poet\\_i\\_hudozhnik\\_rossiya\\_moskva/41/](https://folkacademy.1c-umi.ru/literaturno-fol_klornaya_galereya/vladimir_vladimirovich_mayakovskij_poet_i_hudozhnik_rossiya_moskva/41/) (дата обращения: 12.06.2023).
7. Маяковский В. Грозный смех: Окна сатиры РОСТА. – М., Л. : Искусство, 1938 – 232 с., с ил.
  8. Маяковский В. Грозный смех: Окна сатиры РОСТА. – М., Л. : Искусство, 1938 – 232 с., с ил.
  9. Плакат «Окно Главполитпросвета» «Мир стоит на вулкане...» [Электронный ресурс]. // Plakaty.ru: виртуальная галерея. URL: [https://artchive.ru/artists/32944~Vladimir\\_Vladimirovich\\_Majakovskij/works/507127~Mir\\_stoit\\_na\\_vulkane\\_Okno\\_glavpolitprosveta](https://artchive.ru/artists/32944~Vladimir_Vladimirovich_Majakovskij/works/507127~Mir_stoit_na_vulkane_Okno_glavpolitprosveta) (дата обращения: 12.06.2023).
  10. Бедный Д. Собрание сочинений в 5 томах. – М.: ГИХЛ, 1954. – Т. 2. – 468 с.
  11. Плакат «Окно РОСТА» №62 «Украинских и русских клич один: "Да не будет пан над рабочим господин!"» [Электронный ресурс]. // Plakaty.ru: виртуальная галерея. URL: [https://artchive.ru/artists/32944~Vladimir\\_Vladimirovich\\_Majakovskij/works/539241~Ukrainitsy\\_i\\_russkikh\\_klich\\_odin\\_da\\_ne\\_budet\\_pan\\_nad\\_rabochim\\_gospodin](https://artchive.ru/artists/32944~Vladimir_Vladimirovich_Majakovskij/works/539241~Ukrainitsy_i_russkikh_klich_odin_da_ne_budet_pan_nad_rabochim_gospodin) (дата обращения: 12.06.2023).
  12. Маяковский В. Грозный смех: Окна сатиры РОСТА. – М., Л. : Искусство, 1938 – 232 с., с ил.
  13. Дени В. Н. Плакат «Спешите пана покрепче вздуть! Барона тоже не забудьте!» [Электронный ресурс]. // Plakaty.ru: виртуальная галерея. URL: [https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fartchive.ru%2Fartists%2F30887~Viktor\\_Nikolaevich\\_Deni%2Fworks%2F540114~Speshite\\_pana\\_pokrepche\\_vzdut%27\\_Barona\\_tozhe\\_ne\\_zabud%27](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fartchive.ru%2Fartists%2F30887~Viktor_Nikolaevich_Deni%2Fworks%2F540114~Speshite_pana_pokrepche_vzdut%27_Barona_tozhe_ne_zabud%27) (дата обращения: 12.06.2023).
  14. Дени В. Н. Плакат «Дорогу мировому октябрю» [Электронный ресурс]. // Большая российская энциклопедия. 2004-2017: PCФСР. URL: <https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fold.bigenc.ru%2Ftext%2F5031961> (дата обращения: 12.06.2023).
  15. Моор Д. С. Плакат «Ты записался добровольцем?» [Электронный ресурс]. // Plakaty.ru: виртуальная галерея. URL: [https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fartchive.ru%2Fartists%2F2169~Dmitrij\\_Stakhievich\\_Moor\\_Orlov%2Fworks%2F607716~Ty\\_zapisalsja\\_dobrovol%27tsem](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fartchive.ru%2Fartists%2F2169~Dmitrij_Stakhievich_Moor_Orlov%2Fworks%2F607716~Ty_zapisalsja_dobrovol%27tsem) (дата обращения: 12.06.2023).
  16. История акций протеста в Белоруссии против результатов выборов президента // ТАСС URL: <https://tass.ru/info/9191791> (дата обращения: 31.05.2023).
  17. Сказки Корнея Чуковского-Тараканище // CHUKFAMILY URL: <https://www.chukfamily.ru/kornei/tales/tarakanishhe-2> (дата обращения: 31.05.2023).
  18. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/3996](https://t.me/nexta_live/3996) (дата обращения: 31.05.2023).
  19. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/3459](https://t.me/nexta_live/3459) (дата обращения: 31.05.2023).
  20. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/3662](https://t.me/nexta_live/3662) (дата обращения: 31.05.2023).
  21. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/939](https://t.me/nexta_live/939) (дата обращения: 31.05.2023).
  22. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/3424](https://t.me/nexta_live/3424) (дата обращения: 31.05.2023).
  23. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/3207](https://t.me/nexta_live/3207) (дата обращения: 31.05.2023).
  24. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/3271](https://t.me/nexta_live/3271) (дата обращения: 31.05.2023).
  25. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/5228](https://t.me/nexta_live/5228) (дата обращения: 31.05.2023).
  26. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/5275](https://t.me/nexta_live/5275) (дата обращения: 31.05.2023).

27. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/10170](https://t.me/nexta_live/10170) (дата обращения: 31.05.2023).
28. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/9876](https://t.me/nexta_live/9876) (дата обращения: 31.05.2023).
29. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/984](https://t.me/nexta_live/984) (дата обращения: 31.05.2023).
30. Telegram URL: [https://t.me/nexta\\_live/31220](https://t.me/nexta_live/31220) (дата обращения: 31.05.2023).
31. В Белоруссии запретили "Тараканище" Корнея Чуковского // Панорама URL: <https://panorama.pub/41331-v-belorussii-zapretili-tarakanishhe.html> (дата обращения: 31.05.2023).
32. Бугаева Л.Д. Нарратив, медиа и эмоции // Русский след в нарратологии: матер. международной науч.-практич. конф., 2012. – С. 12-16.
33. Наговицын А.Е., Пономарева В.И. Сказкотерапия: теория и практика. Типология сказки. – М.: Генезис, 2011. – 336 с.
34. Ляшенко Д.Н. Семиотическое моделирование реальности. Одесса: Печатный дом, 2015. – 168 с.
35. Самсонова Е. Роли, которые играют люди. Сыграй жизнь по своим правилам. – СПб: Питер, 2013. – 256 с.
36. Дрейк и Lil Wayн перед толпой фанатов // TikTok URL: <https://vt.tiktok.com/ZSLYJVuJA/> (дата обращения: 13.06.2023).
37. Пропп В.Я. Вопросы поэтики. Морфология сказки. СПб.: ACADEMIA, 1928. – 152 с.
38. Илон Маск заряжает на действия // TikTok URL: <https://vt.tiktok.com/ZSLYeDL4L/> (дата обращения: 13.06.2023).
39. Как девочка из крохотного острова стала мировой звездой? // TikTok URL: <https://vt.tiktok.com/ZSLYupqbM/> (дата обращения: 13.06.2023)

## Результаты процедуры рецензирования статьи

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

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

Представленная на рассмотрение статья «Медианарратив: к вопросу о структуре и функциях», предлагаемая к публикации в журнале «Litera», несомненно, является актуальной, ввиду важности рассмотрения специфики медианарратива, понимаемого как совокупность медиасюжетов, одной из функций которых является оказания определенного влияния на социум.

Как известно, в условиях развития информационного общества возможности средств массовой информации значительно увеличиваются – это не только канал информирования, но и инструмент воздействия на массовую аудиторию. Отметим наличие сравнительно небольшого количества исследований по данной тематике в отечественной журналистике. Статья является новаторской, одной из первых в российской журналистике, 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. Основными методами явились контент- анализ, логико- семантический анализ, герменевтический и сравнительно-сопоставительный методы. Методологической основой исследования явилась теория В. Я. Проппа.

Практическим материалом исследования явились советские плакаты, публикации в СМК и видеоролики на платформе TikTok, новостные публикации телеграм-канала «NEXTA Live» (рассмотрено 10 публикаций для анализа). Однако автор не приводит точных объемов языкового корпуса, отобранного для проведения исследования, а также

принципов отбора материала.

Теоретические положения проиллюстрированы примерами на русском языке.

Данная работа выполнена профессионально, с соблюдением основных канонов научного исследования. Исследование выполнено в русле современных научных подходов, работа состоит из введения, содержащего постановку проблемы, основной части, традиционно начинающуюся с обзора теоретических источников и научных направлений, исследовательскую и заключительную, в которой представлены выводы, полученные автором. Во введении не указана текущее состояние проблематики исследования, что не позволяет сделать вывод о приращении научного знания. Выводы, представленные в заключении, не в полной мере отображают проведенную работу и требуют усиления.

Библиография статьи насчитывает 39 источников на русском языке. Считаем, что обращение к работам на иностранных языках по данной или смежной тематикам, несомненно, обогатило бы данное исследование. К сожалению, в статье отсутствуют ссылки на фундаментальные работы, такие как монографии, кандидатские и докторские диссертации. Технически при оформлении библиографического списка нарушены общепринятые требования ГОСТа, а именно несоблюдение алфавитного принципа оформления источников.

Высказанные замечания не являются существенными и не умаляют общее положительное впечатление от рецензируемой работы. Опечатки, орфографические и синтаксические ошибки, неточности в тексте работы не обнаружены.

Работа является новаторской, представляющей авторское видение решения рассматриваемого вопроса и может иметь логическое продолжение в дальнейших исследованиях. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в процессе преподавания вузовских курсов по журналистике, а также в практической подготовке будущих журналистов. Статья, несомненно, будет полезна широкому кругу лиц, филологам, магистрантам и аспирантам профильных вузов. Статья «Медианарратив: к вопросу о структуре и функциях» может быть рекомендована к публикации в научном журнале.