ЯЗЫК СМИ

Алевизаки Ольга Ростиславовна, доктор филологических наук, заведующая кафедрой теории и методики редактирования, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: olgafl@yandex.ru

Александрова Ирина Борисовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры стилистики русского языка, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: irina.aleksandrova7@yandex.ru

Кара-Мурза Елена Станиславовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры стилистики русского языка, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: kara-murza-elena@yandex.ru

Славкин Владимир Вячеславович, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой стилистики русского языка, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: vladimir-slavkin @yandex.ru

НОВОСТНОЙ МЕДИАНАРРАТИВ В СОЦСЕТИ «ВКОНТАКТЕ»: ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Особую роль на современном этапе развития журналистики играют социальные сети, которые используются как площадка для размещения материалов СМИ. Свои страницы в разных соцсетях имеют многие ведущие российские СМИ. Поскольку пользователи соцсетей прежде всего обращаются к новостным материалам, объектом данного исследования стал новостной дискурс, представленный в наиболее популярной в России соцсети – «ВКонтакте». На примере размещенных здесь материалов РБК, РИА Новости и «Комсомольской правды» исследуются лингвистические особенности современного новостного медиатекста и медиадискурса, в частности выразительные возможности новостного медианарратива как одного из способов организации повествования в медиатексте. Качественный новостной контент формирует устойчивый интерес к потреблению информации посредством данной соцсети и, следовательно, повышает индекс вовлеченности представленного здесь СМИ. В статье используются такие теоретические понятия, как медиатекст, медианарратив, нарративная организация новостного текста. Новостной медиатекст рассматривается в свете категорий нарративности, дискурсивности, гипертекстуальности, поликодовости и вовлеченности.

Ключевые слова: *новостной дискурс, социальная сеть, медианарратив, макронаррация, вовлеченность, СММ-продвижение СМИ.*

Olga R. Alevizaki, Doctor of Philology, Head of the Chair of Theory and Methods of Editing, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: olgafl@yandex.ru

Irina B. Aleksandrova, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Russian Language Stylistics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: irina.aleksandrova7@yandex.ru

Elena S. Kara-Murza, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Russian Language Stylistics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: kara-murza-elena@yandex.ru

Vladimir V. Slavkin, PhD in Philology, Associate Professor, Head of the Chair of Russian Language, Stylistic, Faculty of Journalism at Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: vladimir-slavkin@yandex.ru

NEWS MEDIA NARRATIVE IN THE VKONTAKTE SOCIAL NETWORK: DISCURSIVE FEATURES

Social networks play a special role at the present stage of journalism development being used as platforms for posting media materials on the Internet. Leading Russian media outlets have their own pages on different social networks. As social network users primarily turn to news materials, the object of this research was the news discourse presented in the most popular social network in Russia, VKontakte. In a case study of materials from RBC, RIA Novosti and Komsomolskaya Pravda, the authors of the article examined the linguistic features of a modern news media text and media discourse, in particular the expressive possibilities of the news media narrative as one of the ways to organize narrative in a media text. High-quality news content generates a steady interest in information consumption through the VKontakte social network and therefore increases the engagement index of the media outlets that are represented there. The article uses such theoretical concepts as media text, media narrative, and narrative organization of a news text. A news media text is considered in the light of the categories of narrativeness, discursiveness, hypertextuality, polycodeness, and engagement.

Key words: *news discourse, social network, media narrative, macronarration, engagement, mass media's SMM.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2021.74101

Введение

По данным проведенных в 2020 г. исследований британского аналитического агентства *We Are Social* и *SMM*-платформы *Hootsuit,* количество пользователей Интернета в мире составляет 4,54 млрд, пользователей соцсетей – 3,80 млрд, абонентов мобиль-

ной связи – 5,19 млрд[1]. Согласно исследованию «Диджитал-тренды в России 2019», также предпринятому *We Are Social* и *Hootsuite*, число абонентов мобильной связи в России достигло 248 млн, пользователей Интернета – 109 млн, пользователей соцсетей – 70 млн[2]. Эти данные предопределяются стремлением человека к социальной реализации и связаны с усложнением понятия «личностный капитал»: «Учитывая, что цифровые медиакоммуникации и построение социальных сетей в цифровом пространстве сегодня невозможны без наличия у человека соответствующих цифровых компетенций и навыков <...> значимость цифрового капитала для социальной реализации человека сложно переоценить» (Вартанова, Гладкова, 2020).

Приведенные цифры ярко отражают изменения, произошедшие в социальном и технологическом развитии общества. Эти факторы повлияли на все сферы бытия общества, в частности на медиасферу.

В XXI в. медиаполе претерпело существенные изменения, связанные с развитием Интернета. Появились интернет-издания, ряд традиционных СМИ перешли исключительно в электронную среду, образовались медиаварианты у печатных/электронных средств массовой информации – сайты СМИ, ведется телетрансляция радиопередач – происходит углубление медиаконвергенции. Конвергенция различных медиаплатформ привела к глобализации контента СМИ. Как пишет М. А. Пильгун, «принципиальное изменение среды коммуникации привело к интегрированию различных сфер на различных уровнях. Политические, экономические, культурные и социальные процессы соединяются в единое глобальное единство. Локальные и национальные информационные потоки растворяются в глобальном информационном пространстве» (2015: 196).

Наряду с собственными сайтами медиа используют и другие способы продвижения в электронную среду. Особую роль на современном этапе развития журналистики играют социальные сети, которые нередко используются как площадка для размещения материалов СМИ в Интернете. Свои страницы в разных соцсетях, в частности «ВКонтакте», *Facebook*, *Twitter*, имеют такие СМИ, как «Аргументы и факты», «Ведомости», «Газета.ру», «Дождь», «Евроньюс», Интерфакс, ИТАР-ТАСС, «КоммерсантЪ», «Комсомольская правда», «Космополитен», «Медуза», «Наука и жизнь»,

«Новая газета», «Нэшнл Джиогрэфик», Первый канал, РБК, РИА Новости, «Российская газета», «Форбс», «Эхо Москвы» и др.

Современные исследователи (Дьяченко, 2016) отмечают, что пользователи соцсетей прежде всего обращаются к новостным материалам. Не случайно в августе 2019 г. *Facebook* предложила ряду американских СМИ (например, *ABC News, The Washington Post, Bloomberg, The Wall Street Journal*) размещать свои материалы в новостном разделе за вознаграждение до 3 млн долл. в год. Качественный новостной контент способен сформировать устойчивый интерес к соцсети, к потреблению информации посредством именно этого канала, а следовательно, серьезно повысить его индекс вовлеченности. Размещение брендированного контента в соцсетях, в том числе специально подготовленного в соответствии с их профилем, позволяет совмещать журналистскую функцию информирования и маркетинговую функцию продвижения медиабренда, то есть *SMM* (Alevizaki, Kara-Murza, Lomykina, Agafonova, 2019: 238–247).

В связи с этим очевидна актуальность исследования способов репрезентации новостного дискурса в соцсетях. В нашей статье на примере материалов РБК, РИА Новости и «Комсомольской правды» мы исследовали лингвистические особенности современного новостного медиатекста, в частности выразительные возможности новостного медианарратива (как одного из способов организации повествования в медиатексте), представленного в интернет-коммуникации и репрезентирующего гипермедиальные отношения исходного текста и его «отражений» в соцсети «ВКонтакте».

Методика

Как пишет М. Ю. Казак, «современная текстовая действительность <...> требует интегративных интерпретаций, способных объяснить новые аспекты или новые типы текстов массовой коммуникации – *смешанных, креолизованных, поликодовых*, *гипертекстов, мультимедиатекстов*, сущностные характеристики которых связаны с развитием информационных технологий и конвергенцией средств массовой коммуникации» (2012: 31). Главная цель нашего исследования – выявить лингвистическую специфику размещенных в соцсетях новостных медиатекстов (в нашем случае это материалы РБК, РИА Новости и «КП»), в основе организации

которых лежит нарративный принцип. Мы ставили перед собой задачу исследовать, как проявляются при этом базовые характеристики журналистского текста – диалогичность и антропоцентричность (отражение особенностей авторского мировосприятия, трактовки событий и явлений), а также свойства, релевантные для медиаречи, – фрагментарность, гипертекстуальность и интертекстуальность (метатекстуальность), поликодовость и полифоничность, мультимедийность, креолизованность, интерактивность, дискурсивность, которые являются следствием влияния экстралингвистических факторов, в частности появления новых технологических возможностей в жизни современного общества. Кроме того, мы отметили и факультативные признаки медиатекста, размещаемого в Интернете, – юзабилити (легкость доступа к тексту, простота его «использования»), вовлеченность аудитории (наличие комментариев к материалу), орализация (стилистическая адаптация письменной коммуникации к устному дискурсу, свойственная медиаречи соцсетей), гипермедиальность – «связывание отдельных элементов медиа друг с другом для создания шлейфа индивидуальных ассоциаций» (Кастельс, 2004: 17).

Эмпирическим объектом исследования являлись медиатексты соцсети «ВКонтакте», а также публикации, относящиеся к новостному дискурсу, на сайтах указанных выше СМИ. Сопряжение этих текстов как компонентов единого дискурсивного пространства позволило выявить их коммуникативное своеобразие. Всего было проанализировано 288 постов «КП», РБК, РИА Новости в соцсети «ВКонтакте», выгрузка по каждому из указанных медиа делалась трижды в день, во всех случаях проводилось сопоставление текста в соцсети с текстом на сайте СМИ.

Методика исследования базируется на применении дискурс-анализа как основного способа исследования новостного дискурса и нарративного анализа с учетом сопоставления текстового пространства соцсети и интернет-сайтов СМИ. Объективность результатов основывается на использовании статистической информации и на применении лингвистического анализа медиатекстов.

Учитывались следующие факторы: 1) конфигурация новостного материала – присутствие только текста или текста и мультимедийных элементов; наличие текста перед постом, а также текста на самом посте (на фото/видео/презентации); 2) наличие или отсутствие нарративной последовательности; 3) характер нарративной

стратегии (диегетической, экстрадиегетической); 4) наиболее яркие коммуникативные особенности текста, усиливающие его аттрактивность для читателя (риторическая организация текста, наличие элементов мультимедийности, креолизации и пр.); 5) диалогичность поста и новостного текста в СМИ и полифоничность новости, размещенной на разных платформах, вызванная наличием вторичных и третичных текстов; 6) отмечалось, указан ли заголовок материала на сайте уже в тексте ссылки, представлена ли в публикации прямая ссылка на материал на сайте (кликабельна ли она); 7) информационный показатель эффективности новости – количество лайков, шеров, комментариев, что позволило оценить степень вовлеченности аудитории.

История вопроса (обзор литературы)

Нарратология – ветвь науки, которая появилась после того, как в 1969 г. Цветан Тодоров ввел термин «нарратология», знаменовавший собой зарождение новой, мультидисциплинарной «науки о повествовании», способной стать основой для исследований в различных областях.

Этап, предшествовавший кодификации нарратологии как науки, определяется работами К. Леви-Стросса (2001), изучавшего миф, исследователя русской сказки В. Я. Проппа (1928), Р. Якобсона (1975) и русских формалистов, которые исследовали литературу на основе структуралистской парадигмы. Эти исследования способствовали расширению структурализма, включившего в себя антропологию К. Леви-Стросса (2001), лингвистику Н. Хомского (1972) и исследования литературы Р. Барта (1975), Ц. Тодорова (1975) и Ж. Женетта (1998), стремившихся создать поэтику, которая стала бы универсальным инструментом для изучения текстов, подобно тому как лингвистика объясняет многочисленные речевые явления.

Очевидно, что в современной науке существуют разные трактовки термина «нарратив». В социально-философском контексте нарратив – это метафора, которая отражает базовый принцип бытия человека – его диалогичную природу (см.: Бахтин, 1972: 45). Образ мира в этом случае складывается из множества «неслиянных голосов», из диалога смыслов, из «хора рассказов».

Социально-философская основа нарратива предопределяет появление когнитивной нарратологии. В своей книге «Основные

особенности нарратива» Д. Хёрман представляет нарратив как когнитивный стиль, жанр дискурса и ресурс для письма, что позволяет, по мнению автора, видеть в нем серьезный потенциал для структурирования и осмысления жизненного опыта (Herman, 2009).

С точки зрения ученых-структуралистов (Ж. Пуйон, Ц. Тодоров, Ж. Женетт и пр.), нарратив – это тип текста, в основе которого лежат «события, сюжет, образуемый этими событиями, и точка зрения – позиция (пространственно-временная, персональная, речевая и модально-оценочная), с которой представляется мир истории» (Бозрикова, Татару, 2012: 7).

Существует и коммуникативная парадигма в изучении нарратива, который воспринимается как дискурсивная матрица, предполагающая наличие истории-денотата (исходных фактов, фабулы), нарратора (повествователя), который субъективно воспринимает эту фабулу и облекает в сюжетную форму истории, адресованной наррататору – читателю/слушателю/зрителю, тоже по-своему декодирующему ее содержание, проблематику. В рамках этого подхода рассматриваются типология повествований и повествователей (о системе рассказчиков подробно см.: Шмид, 2003), система фокализаций (точек зрения), стратегии «рассказывания».

Еще одно направление – это дискурсивная нарратология. Предметом ее изучения стали характеристики текстов (дискурсов), в которых «история» может быть представлена в разной степени: это и сюжетный (с интригой, конфликтом), динамично развивающийся текст, выстроенный в хронологической последовательности, детерминированный пространственными характеристиками, но это и «тексты, в которых фабула «размывается» дискурсом героев или повествователей (их восприятиями пространства и времени, мыслями-ассоциациями, потоками сознания, внутренними монологами и пр.), а события лишь «просвечиваются» через этот дискурс» (Бозрикова, Татару, 2012: 8). Нарратив понимается в широком смысле как «рассказывание» посредством разных типов текста. Психологическим сюжетом становятся внутренние изменения личности. В рамках этого вида нарратологии находится гипотеза Джона Пира, отражающая идею исследования, в основе которого лежит дискурс-анализ (2013).

Развитие нарратологии оказало влияние не только на поэтику и дискурсологию, но и на теорию журналистики, которая по традиции трактует нарратив как повествовательный текст значительного объема, предполагающий наличие сюжета, выстраивающегося вокруг жизненной истории. При этом факты, подобранные для повествования, собраны журналистскими методами (Kramer, Call, 2007). Считается, что родоначальником термина «нарративная журналистика» стал Дж. Пулитцер, который вначале был владельцем газеты *The St. Louis Post-Dispatch*, затем – *The NewYork World*. Именно он явился инициатором создания журналистских материалов в форме динамично развивающейся истории, основывавшейся на сенсационных фактах. На страницах его изданий впервые появились «репортажи, в которых материал, добытый путем погружения, излагался в нарративном стиле» (Бозрикова, Татару, 2012: 21). Благодаря Дж. Пулитцеру начало развиваться движение «разгребателей грязи» (*muckrakers*; 1880–1890 гг.). Эта форма повествования оказалась интересна читателю, вот почему она стала проникать в разные жанровые формы, в том числе и в новость. Кроме того, журналисты использовали нарративные заголовки, задающие определенный сценарий новостного материала.

Нарративные принципы документального и в то же время образного показа событий, информация о которых была получена благодаря журналистской деятельности, стали характерной чертой и «новой журналистики» (1960–1970 гг.). Этот принцип используется в журналистике и сегодня, а для обозначения журнализма такого рода в западной теории используется термин «новая новая журналистика» (см.: Boynton, 2005)

По мнению российских исследователей Л. В. Татару и С. А. Бозриковой (Бозрикова, Татару, 2012), нарративная журналистика (в частности, такие жанры, как очерк, фельетон, памфлет, житейская история) является частью художественной публицистики. Но она очевидно не исчерпывается этой ролью, поскольку процесс нарративизации жанров коснулся также и такого сегмента, как новостной дискурс. Вот почему одна из задач нашего исследования – рассмотреть, какие дискурсивно-прагматические (жанрово-композиционные) формы может принимать взаимодействие нарратива и информации.

Нарратология и медиадискурс

Теория медиатекста и медиаречи динамично развивается. Как отмечала М. Ю. Казак, «в настоящее время медиатекст приобрел статус базовой категории в медиалингвистике, медиастилистике, медиакультуре, медиаобразовании – новых направлениях лингвистической, философской, педагогической науки (работы Т. Г. Добросклонской, Н. Б. Кирилловой, Г. Я. Солганика, А. В. Федорова и др.)» (2012: 30). В качестве основных характеристик медиатекста указываются «***медийность*** (воплощение текста с помощью тех или иных медиасредств, его детерминация форматными и техническими возможностями канала), ***массовость*** (как в сфере создания, так и в сфере потребления медиапродуктов), ***интегративность***, или ***поликодовость***, текста (объединение в единое коммуникативное целое различных семиотических кодов), ***открытость*** текста» (Там же: 32). Другие исследователи называют «вторичность текста»: «Тексты массовой коммуникации отличаются от других видов текстов тем, что в них используются, систематизируются и сокращаются, перерабатываются и особым образом оформляются все другие виды текстов, которые считаются “первичными”» (Рождественский, 1979: 166; Матвеева, 2010: 201). А. В. Болотнов предлагает выделять вторичные тексты, имея в виду тексты – реакции экспертов на первичный текст, и третичные, прямо или косвенно связанные с исходными текстами (2017: 41–42). Важными признаками медиатекста являются дискурсивность (van Dijk, 1991; Анализ новостей..., 2003); диалогичность (Дускаева, 2012: 16); гипермедиальность (Кастельс, 2004: 17); фреймированность (Минский, 1979: 23). Важность контента и канала информации отмечает Т. Г. Добросклонская: «Медиатекст – это сообщение плюс канал» (2009: 138). Об основной – синергетической – форме существования медийного текста в Интернете пишет М. М. Лукина: «Теоретически в таком синергетическом журналистском тексте в разных сочетаниях могут быть использованы все семь медийных платформ — вербальный текст, графика, инфографика, видео, аудио, анимация, фотография. А конфигурации этих платформ могут варьироваться от мономедийных, когда для донесения смыслов используется одна медийная платформа (например, только слова или только фотографии), до мультимедийных сочетаний» (2009: 68–69).

Разностороннее теоретическое осмысление параметров медиатекста, который оказался в фокусе внимания не только лингви-

стов, но и психологов, социологов, закономерно дополняется вниманием и к его нарратологическим характеристикам. В наше время можно говорить уже о появлении «медианарратологии, которая рассматривает в качестве объекта исследования нарративный медиатекст, дискурс, интердискурс» (Александрова, 2018: 21). Она основывается на присутствии повествовательной структуры, в которой отражена субъективная образная картина мира автора, создаваемая на основе данных, полученных журналистскими методами. Можно было бы предложить для исследования таких структур понятие «медианарратив», который может быть представлен как на уровне отдельно взятого текста (представленного разными жанровыми формами – репортаж, очерк, документальная повесть, роман нон-фикшн и пр.), так и ряда текстов, объединенных единой темой, т.е. дискурса, а также нескольких дискурсов, взаимодополняющих друг друга или оппозиционных друг другу, – иначе говоря, на уровне макронаррации, интердискурса.

Как пишет В. Шмид, «нарратология — это «теория повествования»» (2003: 9). Таким образом, предметом исследования современной медиатекстологии закономерно становятся и нарратологические текстовые категории – в частности, нарратологическая последовательность, построенная из пяти основных макропропозиций (исходная ситуация, осложнение, действия, разрешение, финальная ситуация), которая обретает аксиологическое осмысление благодаря имплицитной или эксплицированной оценочной макропропозиции. Следовательно, одним из признаков современного медиатекста можно считать «сценарность», субъективную сюжетность конструируемой в тексте истории (интерпретации диегезиса).

Интересны и другие, более поздние исследования в области нарратологии. Так, К. Ошац и К. Маркер в статье «Долгосрочные эффекты убеждения в исследованиях, посвященных нарративной коммуникации: метаанализ», отмечая высокую эффективность нарративных конструкций, указывают, что «нарративы – это особенно эффективный тип сообщения, который часто имеет больший убедительный эффект, чем не-нарративы» (Oschatz, Marker, 2020).

Особенно важными представляются работы, посвященные изучению интерактивного цифрового повествования, и в частности книга «Интерактивный цифровой нарратив: история, теория и практика». Авторы одной из ее глав Н. Ноллер и У. Бен-Ари

(Knoller, Ben-Urie, 2015) отмечают изменение типа интерфейса в современных гаджетах. Теперь он способен «считывать» физиологические реакции пользователей (к примеру, движение глаз) и на основании этой информации, свидетельствующей о предпочтениях пользователей, составлять дискурс для каждого участника коммуникации на его дисплее. Вот почему развитие интерактивного цифрового нарратива обусловливается и технологическими возможностями современных коммуникационных устройств. Таким образом, известное определение медиатекста как совокупности канала и информации, предложенное Т. Г. Добросклонской, теперь дополняется еще одним компонентом – интерфейсом, который способен воспринимать реакции пользователя и корректировать медианарратив в его гаджете в соответствии с ними.

В последние два десятилетия к категории нарратива обращались и российские исследователи. Так, В. Тюпа обобщает опыт нарратологических исследований XX в. и формулирует категории и принципы нарратологического анализа, релевантные для лингвистики нашего времени (2002). Д. А. Малышев рассматривает нарратив в соотношении с событием в теленовостях, посвященных деятельности политиков, отмечая, что «нарративные признаки просматриваются в новостной журналистике» (2015: 132). С. А. Бозрикова пишет о криминальном новостном дискурсе, указывая, что нарративная стратегия в криминальных материалах сближается со стратегемой в художественном произведении: в них тоже есть «драматическая структура композиции, художественный стиль, ярко выраженная точка зрения <...>» (2012: 21). Д. Г. Качанов, цитируя Е. Прасолову, отмечает, что «мультимедийная нарративность характерна в том числе и для информационной заметки, так как содержит занимательную историю с конфликтом, сюжетом, системой персонажей» (2020). Его позиция близка гипотезе А. И. Милостивой, которая, дискутируя с Л. В. Татару, отмечает, что новостной дискурс нарративен, поскольку «невозможно создать текстовую ткань, полностью лишенную знаков авторского присутствия, которое может быть имплицитным и выражаться не в форме выбора тех или иных лексем и синтаксических средств из синонимического ряда, а посредством фокусирования отдельных деталей описываемой референтной ситуации и избегания других» (2015). Мы также полагаем, что новостной медиадискурс может включать тексты,

имеющие признаки нарративности, и прежде всего композиционное построение в рамках нарративной последовательности.

Как именно выстраивается нарративная последовательность в новостном медиатексте (дискурсе)? Совпадает ли она с той, которую мы видим в художественном тексте?

Вспомним историю структуралистских исследований в России, в частности работы В. Я. Проппа о структурных особенностях волшебной сказки, о которых ученый писал в монографии «Морфология сказки»: «Можно самому создавать новые сюжеты искусственно в неограниченном количестве, причем все эти сюжеты будут отражать основную схему, а сами могут быть не похожими друг на друга» (1928: 122).

Обратимся также к идее Фредерика Чарльза Бартлетта, полагавшего, что, запоминая информацию, облекая в слова свой жизненный опыт, человек использует некие стереотипные фоновые пропозиции (знания), которые позволяют ему при помощи воображения заполнить лакуны памяти. Он назвал их схемами (Bartlett, 1932; Бартлетт, 1959). Позже, в исследованиях Роджера Шенка и Роберта Пола Абельсона, появился термин «скрипт» (Schank, Abelson, 1977). Затем понятие «скрипт» благодаря работам Р. Шенка, Л. Бирнбаума, Дж. Мей (Schank, Birnbaum, Mey, 1989), а также английских психологов А. Сэнфорда и С. Гэррода (Sanford, Garrod, 1981) все чаще начинает заменяться термином «сценарий» (*scenario*).

Напомним точку зрения Уильяма Лабова, который определил основные компоненты нарративного дискурса, выстраиваемого по следующей схеме: тезис (краткое содержание нарратива) – ориентация (время, место, ситуация, действующие лица) – осложнение – оценка (значимость и смысл действия, отношение рассказчика к этому действию) – разрешение (как завершилась история) – кода (связь с настоящим) (Labov, Waletzky, 1997). Отметим, что все авторы отмечают наличие постоянных компонентов «сюжета» и «сценарность», драматургичность нарративного дискурса.

Вопрос о нарративной последовательности, как мы видим из приведенного анализа научной литературы, подробно рассмотрен прежде всего для художественного дискурса. Таким образом, сегодня одна из задач исследователей медианарратива – определить, существует ли в медиадискурсе, в частности

в новостных материалах, представленных в соцсети «ВКонтакте», такая же строгая последовательность повествования, как в художественном тексте, изучить, какой может быть нарративная последовательность (сценарий, скрипт) для новостных медиатекстов.

Результаты исследования

Для оценки эффективности новостного материала, организованного по законам нарративного сегментированного гипертекстуального повествования, были проанализированы посты «Комсомольской правды», РБК, РИА Новости, размещенные в соцсети «ВКонтакте» в конце марта–апреле 2019 г. (период март–апрель, как указывают исследователи современного медиапространства (Курилов, 2016: 72), характеризуется наибольшим количеством новостных материалов, размещаемых на лентах новостных агентств, что связано с ростом социальной активности россиян в это время года. Он весьма показателен для планирования стратегии размещения новостных материалов в СМИ). Эти данные помогли выявить наиболее востребованный читателем материал и проанализировать особенности его построения и стилистического оформления.

Кроме того, для иллюстрации организации новостного материала по принципу нарративной последовательности были использованы и материалы «Комсомольской правды» от 28.03.2019 и от 28.10.2020 г.

Выбор указанных СМИ в качестве источника эмпирического материала обусловлен тем, что это авторитетные информационные ресурсы, имеющие весьма значительную аудиторию и представляющие собой разные типы СМИ (информационные агентства, массовая общенациональная газета). Были рассмотрены способы репрезентации новости в постах соцсети «ВКонтакте» и на сайте соответствующего СМИ (статичная фактография или сценарность, динамичная событийность, наличие нарративной последовательности – подробнее об этом см. в разделе «Цели, задачи, методы»).

«ВКонтакте» – наиболее популярная социальная сеть в России. В отечественном сегменте она опережает *Facebook*, которая занимает наивысшие позиции в США и Западной Европе. Это и по-

служило причиной выбора ее для проведения исследований новостного медиадискурса.

В результате исследования была составлена таблица, которая помогла обобщить информацию о подаче новостей в соцсети «ВКонтакте». Объем получившейся таблицы – 32 листа.

Пример анализа данных в таблице.

Дата	**Комсомольская правда**	**РБК**	**РИА Новости**
24.04.19	Текст перед постом: *Лидер КНДР уже в России. Первой его остановкой стал Хасан*. Текст заголовка можно назвать динамичным. Логично, что тема будет развиваться и в последующих постах. Далее следует ссылка на сайт издания. Текст на фото: *Ким Чен Ын прибыл в Приморье*. Кол-во шеров 5 Кол-во комментариев 25 Кол-во лайков 222	Текст перед постом: *Лидера КНДР Ким Чен Ына на приграничной станции Хасан встретили российские дипломаты, чиновники и девушки с хлебом и солью. Новостные агентства расходятся во мнении по поводу того, принял ли лидер КНДР традиционное угощение или отказался от каравая*. Текст представлен в развитии, динамичен, несет в себе интригу. Текст на самом посте (на фото/видеоматериале/презентации) отсутствует. Кол-во шеров 7 Кол-во комментариев 67 Кол-во лайков 112	Текст перед постом в ВК: *Ким Чен Ын прибыл в Россию* (текст сопровождается gif). Далее следует ссылка. Заголовок фактографичен, представляет собой констатацию новости. Gif привлекает читателя, является визуализацией новости. Кол-во шеров 20 Кол-во комментариев 120 Кол-во лайков 897

Мы рассмотрели соотношение «истории» и дискурса в представленных материалах. Исследуя тексты, мы применяли принципы дискурсивного анализа, которые являются базовыми в медиалингвистике.

В дискурсивном построении новостного сюжета участвуют «ядерные» тексты, которые распространяются в соцсетях, образуя информационную «паутину», включающую в себя как исходный, диегетический текст, так и вторичные (третичные) тексты, сопро-

вождаемые комментариями. Как правило, новость подается при помощи экстрадиегетической стратегии: журналист выступает в роли «всеведущего автора», не участвующего в событии. Текст при этом может быть поликодовым, если иллюстрируется фотографией или видео. Но если текстовой материал сопровождается аудио- или видеоинтервью и журналист становится участником описываемых событий и повествует о них именно с позиций одного из действующих лиц, то используется интрадиегетическая стратегия, которая помогает выстроить поликодовый дискурс, способствующий усилению аттрактивности материала для читателя. Таким образом, журналист, как пишет А. А. Леонтьев, «описывает не событие как таковое или не сценарий как таковой, а их психический образ <...> Образ события описывается им при помощи текста, причем конечная задача этого текста – в идеале – создать аналогичный образ того же события у реципиента» (2008: 149–150).

Для теоретического описания новостного медианарратива, представленного в рамках дискурса, необходимо провести различие между понятиями «факт» и «событие». Факт – это статичное описание происходящего, элемент реальной действительности, наличие которого может быть верифицировано. Он не содержит в себе сюжетности. Событие же предполагает наличие ряда фактов, скомпонованных таким образом, что выстраивается динамичное повествование.

В основе новостного повествовательного текста/дискурса может лежать и факт, и событие (цепь событий), которое организует собой факты, объединенные драматургией повествования. При событийной подаче новостного материала хронология изложения может быть прямой и обратной: завязка, кульминация и развязка могут меняться местами в зависимости от того, насколько «новым», эксклюзивным оказывается фактический материал. Этот вывод подтверждается и теоретическим осмыслением процессов, характерных для событийного дискурса: «Факты принадлежат к области знания и не обладают процессуальностью, событие же происходит во времени и пространстве. Из этого следует, что одно и то же событие может быть представлено в виде разных фактов в зависимости от трактовки сути события. Такое понимание события приобретает особую значимость при исследовании специфики референтной соотнесенности текстов медиадискурса» (Воронцова, 2017: 22).

Описывая «образ события», журналист может использовать разные типы речи (повествование, описание, рассуждение, определение), создавая в тексте «вторую реальность» в соответствии со своими аксиологическими принципами, своей картиной мира. В этом отношении его деятельность оказывается родственной творческой работе автора художественных текстов. Различие заключается в том, что писатель создает целиком вымышленный мир, который строится по законам того или иного литературного направления и жанра, журналист же, выстраивая определенную нарративную последовательность, оперирует фактами.

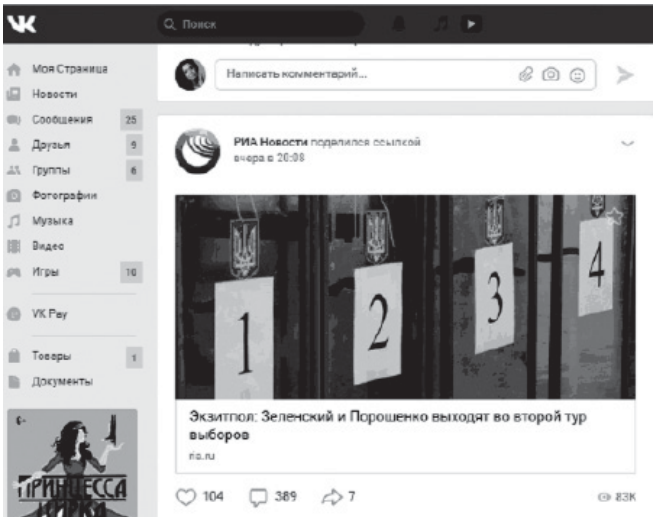
Заключение/выводы

При исследовании новостных материалов использовались прежде всего дискурсивный и нарратологический анализ, а также статистический метод, дескриптивно-сопоставительный метод, основанный на выборочном анализе лингвистических явлений, относящихся к сфере исследования. Кроме того, применялся метод лингвистического анализа текста.

Новостной дискурс фактографичен, но не всегда факты организованы в медиатексте как события. Зачастую информация передается при помощи традиционной «перевернутой пирамиды», причем самая «широкая» сторона пирамиды в соцсетях заполняется текстом на фото- или видеоматериале, представляющем собой кликабельную ссылку, отсылающую к основному материалу. В главном тексте на сайте новость представлена более подробно – это часть «пирамиды», отсутствующая на ссылке.

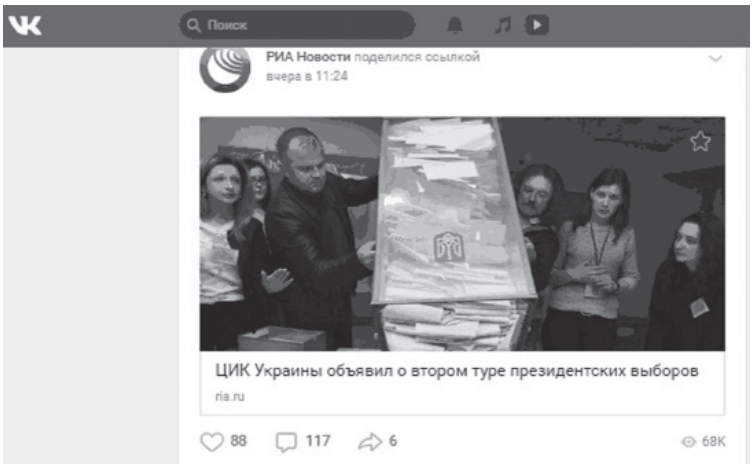
Чтобы читатель сразу понимал, к какому тематическому блоку относится материал, используется рубрикация текстов. Так обеспечивается еще одно важное свойство современных новостных материалов – юзабилити (удобство использования).

В новостных материалах РИА, представленных в соцсети «ВКонтакте», как правило, факты представлены традиционно, статично:

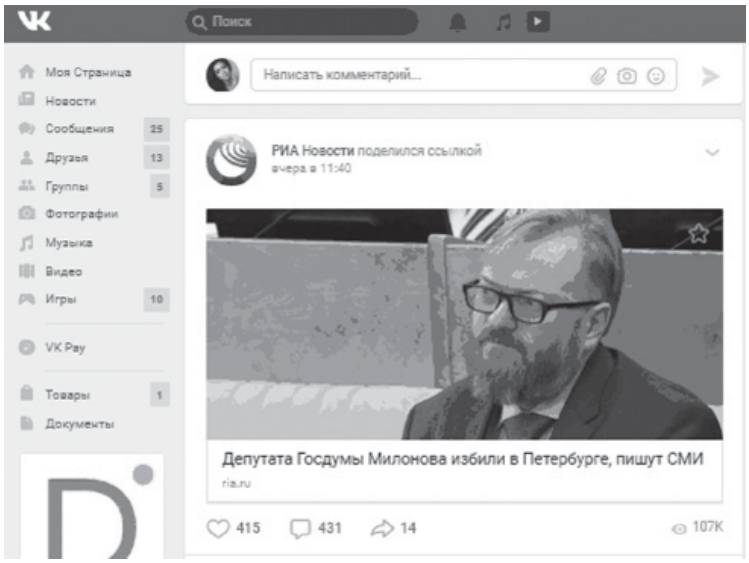


Не случайно текст на ссылке содержит глагол несовершенного вида: упоминается именно факт, а не событие, – и он в будущем станет составной частью событийного медианарратива о победе Зеленского на выборах.

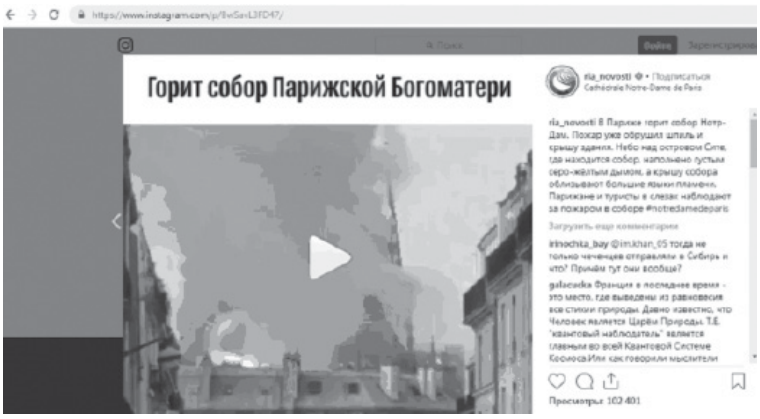
Новость оформлена при помощи глаголов совершенного вида: новостное сообщение представляет собой информацию о свершившемся факте.



К событийному показу последовательности фактов, не только хронотопичному, то есть определяемому такими параметрами, как привязка ко времени, месту, но и драматургичному (сюжетному) и репортажному, РИА обращается прежде всего в том случае, когда повествует о происшествии. Сама по себе структура рассказа о происшествии представляет собой цепь фактов, объединенных в событие посредством композиции сюжета (там присутствует завязка, кульминация, развязка, и эти компоненты журналист может перемещать, создавая собственный нарратив о криминальном казусе). Даже если используется только диегетическая стратегия, а журналист играет роль «всеведущего автора», «рассказ» получает движение за счет редуцированной нарративной последовательности, содержащейся в тексте.



Другим типом нарративных материалов становится жанр репортажа, изображающего масштабное событие, имеющее кросскультурное значение. Так была представлена картина пожара Нотр-Дам в Париже.



Как видим, текст поликодовый (присутствует видео), гипертекстуальный (есть кликабельные ссылки), он изображает событие в процессе развития, что способствует повышению аттрактивности медианарратива о пожаре для читателя. Интрадиегетическая стратегия повествования (автор находится непосредственно на месте события, участвует в нем, что подтверждается видеоматериалом) помогает придать тексту репортажный характер и способствует усилению коммуникативной эффективности новости (термин «коммуникативная эффективность» показывает степень вовлеченности читателя в процесс восприятия новости, его интерес к ней. Коммуникативная эффективность медиаматериала измеряется такими метриками, как *Love Rate, Talk Rate, ER Post, ER View*). Пейзажные детали, представленные в тексте радом с фото, способствуют усилению образности повествования. Этот медианарратив объединяет в себе черты таких типов текста, как повествование и описание (оно создает ретардацию в сюжетном изложении событий, но необходимо для создания яркого, эмоционального «рассказа» о величайшей культурной трагедии нашего времени). Поскольку рассказ создается разными способами, можно говорить о возможности включения в повествовательный текст описательных фрагментов для создания убедительной картины реальности (подобная практика была характерна, как мы отмечали выше, для материалов «новой журналистики»).

Не менее интересны с точки зрения приемов нарративной организации повествования представленные в соцсети «ВКонтакте»

новостные материалы «Комсомольской правды», которые стремятся воссоздать образ события, вследствие чего в ряде постов (гипертекстов, ориентирующих читателя на материалы «Комсомолки») появляется начало нарративной последовательности – исходная ситуация и завязка действия. В ряде материалов на сайте (03.04, 08.04, 11.04, 15. 04, 24.04) присутствуют не только исходная ситуация, но и такие компоненты, как осложнение и действия, направленные на разрешение сложной ситуации, а также кода (развязка). Такая драматизация повествования способствует усилению привлекательности текста для читателя.

В других материалах «КП» нарративная последовательность присутствует в каноническом виде. Так, материал от 28.03.2019 г. о мальчике, спасшем собаку, организуется как классическая нарративная последовательность: 1) исходная ситуация: 13-летний мальчик и его мама гуляли в парке Александрия (Петергоф); 2) осложнение: подросток увидел, как собака, попавшая под лед, не может выбраться (сложность ситуации подчеркивается описанием равнодушия смотревших на происходящее мужчин); 3) действия: мальчик вытащил ее на лед, вместе с мамой они вывели ее на берег, затем с другими очевидцами, дочерью и мамой, отвезли в ветеринарную клинику (благородство мальчика оттеняется фото, на котором он укутывает собаку в свою куртку); 4) разрешение: собака обследована, врачи признали ее состояние удовлетворительным; 5) финальная ситуация: собака находится в приюте, сотрудники пытаются найти ее прежних хозяев или подобрать новых. Это поликодовый текст, так как повествование ведется на основе вербальной (текст) и визуальной (фото) семиотических систем, которые в этом случае дополняют идею автора, воссоздающего портрет благородного подростка, которому небезразличен окружающий мир.

В ряде примеров новостной материал подается как события в сериале (романе): каждый фрагмент локального новостного дискурса, выстроенного вокруг развивающегося события, может включать такие элементы нарративной последовательности, как исходная ситуация, осложнение, действия, разрешение, и в то же время он способен становиться элементом этой последовательности в макронаррации, состоящей из нескольких журналистских материалов (такова, например, серия материалов об экс-министре М. Абызове, которая состоит из 39 (!) новостных материалов с 26.02 по 30.12.2019 г.). Зачастую используется экстрадиегетическая стратегия, когда жур-

налист является сторонним наблюдателем, комментатором, а не участником события (см., к примеру, пост о Кокорине и Мамаеве). Автор современного медийного текста сближается с «всеведущим автором» текста художественного – реалистического романа, который, как писал Стендаль в романе «Красное и черное», есть зеркало, с которым идешь по большой дороге, отражающее то лазурь небосвода, то грязные лужи и ухабы.

Наконец, в новостном дискурсе РБК преимущественно сообщается о событии как о свершившемся факте, отчего новости выглядят более статично не только по сравнению с новостными материалами «КП», но и в сопоставлении с текстами РИА Новости.

Таким образом, новостной дискурс может включать в себя описание факта, повествование о событии, построенное по законам нарративной последовательности, а также дискурсивное фрагментарное (факультативно – гипертекстуальное поликодовое) воссоздание «образа события», объединенное общей макронаррацией, в которой составными частями будут медиаматериалы на разных платформах, – это и обусловливает полифоничность новости (поразному поданный материал вступает в сложные, «многоголосные» смысловые отношения с самим собой).

В медиалингвистических исследованиях журналистского дискурса значимым становится понятие «медианарратив», который может существовать в качестве как повествовательного текста разных жанров, так и ряда текстов, объединенных единой темой, представляющих единую «историю», т. е. дискурса, а также – нескольких дискурсов, комплементарных друг для друга или оппозиционных, – иными словами, как макронаррация, интердискурс.

Примечания

[1] Kemp S. (2020) Digital 2020: World's internet users pass the 4 billion mark. 30 January. Available at: https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media (accessed: 18.04.2020).

[2] Kemp S. (2019) Digital 2019: The Russian Federation. 31 January. Available at: https://ict.moscow/research/didzhital-trendy-v-rossii-2019/ (accessed:18.04.2020).

Библиография

Александрова И. Б. Медианарратив о войне // Медиалингвистика. 2018. Т. 5. № 1. С. 21–33.

Анализ новостей как дискурса // Коммуникативные стратегии культуры. Хрестоматия по курсу «Введение в теорию коммуникации». Новосибирск: НГУ, 2003. С. 107–131.

Барт Р. Семиология // Структурализм: «за» и «против»: сб. статей. М.: Прогресс, 1975. С. 114–164.

Бартлетт Ф. Психика человека в труде и игре. М.: Изд-во АПН РСФСР, 1959.

Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. М.: Художественная литература, 1972.

Бозрикова С. А. Криминальный нарратив: нарративная журналистика в США и в России // Актуальные проблемы науки и образования: сб. науч. статей / под общ. ред. *С. А. Ляшко*. Балашов: Николаев, 2012. С. 21– 24

Бозрикова С. А., Татару Л. В. Нарративная журналистика в Америке и в России. Балашов: Николаев, 2012.

Болотнов А. В. Регулятивные возможности третичных медиатекстов // Вестн. ТГПУ (TSPU Bulletin). 2017. № 7 (184). С. 41–47. DOI: 10.23951/1609-624X-2017-7-41-47

Вартанова Е. Л., Гладкова А. А. Цифровой капитал в контексте концепции нематериальных капиталов // Медиаскоп. 2020. Вып. 1. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2614 (дата обращения: 13.02.2021). DOI: 10.30547/mediascope.1.2020.8

Воронцова Т. А. Новостной заголовок как репрезентант события // Политическая лингвистика. 2017. № 6 (66). С. 21–25.

Добросклонская Т. Г. Медиатекст как единица дискурса средств массовой информации // Актуальные процессы в различных типах дискурсов: политический, медийный, рекламный дискурсы и интернет-коммуникация: материалы междунар. конф. (19–21 июня 2009 г.). М.: Ярославль, 2009. С. 137–143.

Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Изд. 2-е, доп., испр. / под ред. *М. Н. Кожиной*. СПб.: СПбГУ: Филол. факультет, 2012.

Дьяченко О. В. Российские СМИ в социальных сетях Facebook и в «ВКонтакте»: анализ активности и информционных предпочтений аудитории. Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 1. С. 28–45. Режим доступа: https://vestnik.journ.msu.ru/books/2016/1/rossiyskie-smi-v-sotsialnykh-setyakh-facebook-i-v-vkontakte-analiz-aktivnosti-i-informtsionnykh-pred/ (дата обращения: 08.09.2019).

Женетт Ж. Фигуры: в 2 т. Т. 1–2. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1998.

Казак М. Ю. Специфика современного медиатекста. // Современный дискурс-анализ. 2012. Вып. 6. С. 30 – 42.

Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004.

Качанов Д. Г. Нарратив в мультимедийной журналистике: анализ российских и зарубежных медиапроектов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10.

Журналистика. 2020. № 1. С. 79–101. Режим доступа: https://vestnik.journ.msu.ru/books/2020/1/narrativ-v-multimediynoy-zhurnalistike-analiz-rossiyskikh-i-zarubezhnykh-mediaproektov/ (дата обращения: 03.01.2021). DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2020.79101

Курилов А. Е. Периодические колебания новостного поля российских информационных агентств // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. №1. С. 67 – 80.

Леви-Стросс К. Структурная антропология. М.: ЭКСМО-Пресс, 2001.

Леонтьев А. А. Психолингвистические особенности языка СМИ // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / под ред. *М. Н. Володиной*. М.: Академический проспект; Альма Матер, 2008. С. 146–152.

Лукина М. М. Трансформация журналистского текста в условиях интернет-среды // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2009. № 3. С. 54 – 72.

Малышев Д. А. Событие и нарратив в теленовостях, посвященных деятельности политиков // Политическая лингвистика. 2015. № 3 (53). С. 124–134.

Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов н/Д: Феникс, 2010.

Милостивая А. И. Жанр газетного текста и нарративность // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2–3. Режим доступа: http://science-education.ru/ru/article/view?id=23677 (дата обращения: 26.11.2020).

Минский М. Фреймы для представления знаний. М.: Энергия, 1979.

Пильгун М. А. Мультимедийный текст: особенности функционирования и перспективы развития // Уч. записки Казанск. ун-та. 2015. № 157 (5). С. 192–204.

Пир Дж. Существует ли французская постклассическая нарратология? // Narratorium. 2013. № 1–2 (5–6). Режим доступа: http://narratorium.rggu.ru/article.html?id=2631084 (дата обращения: 08.10.2019).

Пропп В. Я. Морфология сказки. Л.: ACADEMIA, 1928.

Рождественский Ю. В. Введение в общую филологию. М.: Высшая школа, 1979.

Тодоров Ц. Поэтика // Структурализм: «за» и «против»: сб. статей. М.: Прогресс, 1975. С. 37–114.

Тюпа В. И. Очерк современной нарратологии. // Критика и семиотика. 2002. Вып. 5. С. 5–31.

Хомский Н. Язык и мышление. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1972.

Шенк Р., Бирнбаум Л., Мей Дж. К интеграции семантики и прагматики // Новое в зарубежной лингвистике. Компьютерная лингвистика. Вып. 24. / отв. ред. *Б. Ю. Городецкий*. М.: Прогресс, 1989. С. 32–48. Режим доступа: https://scicenter.online/obschaya-lingvistika-scicenter/vyivod-umozaklyucheniy-kontseptualnyie-162500.html (дата обращения: 05.01.2021).

Шмид В. Нарратология. М.: Языки славянской культуры, 2003.

Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против»: сб. статей. М.: Прогресс, 1975. С. 193–231.

Alevizaki O. R., Kara-Murza E. S., Lomykina N. Y., Agafonova M. A. (2019) Marketing in Social Networks for Promoting Mass Media Brands. *Scientific and Technical Information Processing*. 46: 238–247. DOI: https://doi.org/10.3103/S0147688219040063

Bartlett F. C. (1932) *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: https://doi.org/10.1111/j.2044-8279.1933.tb02913.x

Boynton R. (2005) *The New New Journalism: Conversations with America's Best Nonfiction Writers on Their Craft*. New York: Vintage Books.

Herman D. (2009) *Basic elements of narrative*. Chichester: Wiley-Blackwell. A John Wiley & Sons. Available at: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/9781444305920.fmatter (accessed: 03.01.2021). DOI: 10.1002/9781444305920

Knoller N., Ben-Urie U. (2015) The Holodeck is all Around Us—Interface Dispositifs in Interactive Digital Storytelling. In H. Koenitz, G. Ferri, M. Haahr, D. Sezen, T. İ. Sezen (eds.) *Interactive Digital Narrative: History, Theory and Practice*. New York; London: Routledge. Available at:

https://www.researchgate.net/publication/271013270_Learning_Through_Interactive_Digital_Narratives (accessed: 03.01.2021).

Kramer M., Call W. (eds.) (2007) *Telling True Stories: A Nonfiction Writers' Guide from the Nieman Foundation at Harvard University*. New York: A Plume book.

Labov W., Waletzky J. (1997) Oral Versions of Personal Experience: Three Decades of Narrative Analysis. *Special Volume of a Journal of Narrative and Life History* 7: 3–38. DOI: https://doi.org/10.1075/jnlh.7.02nar

Oschatz C., Marker C. (2020) Long-term Persuasive Effects in Narrative Communication Research: A Meta-Analysis. *Journal of Communication* 70 (4): 473–496. DOI: https://doi.org/10.1093/joc/jqaa017

Sanford A., Garrod S. (1981) *Understanding written language: explorations of comprehension beyond the sentence*. Chichester: John Wiley & Sons.

Schank R. C., Abelson R. P. (1977) *Scripts, plans, goals and understanding: An inquiry into human knowledge structures*. Hillsdale; New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

van Dijk T. A. (1991) *The interdisciplinary study of news as discourse*. In K. Bruhn-Jensen, N. Jankowksi (eds.) *Handbook of Qualitative Methods in Mass Communication Research*. London: Routledge. Pp. 108–120. Available at: http://www.discourses.org/OldArticles/The%20interdisciplinary%20study%20of%20news%20as%20discourse.pdf (accessed: 13.04.2020).

Notes

Kemp S. (2019) *Digital 2019: The Russian Federation*. 31 January. Available at: https://ict.moscow/research/didzhital-trendy-v-rossii-2019/ (accessed: 18.04.2020).

Kemp S. (2020) *Digital 2020: World's Internet Users Pass the 4 Billion Mark*. 30 January. Available at: https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media (accessed: 18.04.2020).

References

Aleksandrova I. B. (2018) Medianarrativ o voyne [War Media Narrative]. *Medialingvistika* 5 (1): 21–33. (In Russian)

Alevizaki O. R., Kara-Murza E. S., Lomykina N. Y., Agafonova M. A. (2019) Marketing in Social Networks for Promoting Mass Media Brands. *Scientific and Technical Information Processing* 46: 238–247. DOI: https://doi.org/10.3103/S0147688219040063

Analiz novostey kak diskursa [Analysis of News as Discourse] (2003) In *Kommunikativnye strategii kul'tury. Khrestomatia po kursu "Vvedenie v teoriyu kommunikatsii"* [Communicative Strategies of Culture. A Textbook on the Course "Introduction to the Theory of Communication"]. Novosibirsk: Novosibirsk St. Univ. Publ. Pp. 107–131. (In Russian)

Bart R. (1975) Semiologiya [Semiology]. In *Strukturalizm: «za» i «protiv». Sbornik statey* [Structuralism: "Pros" and "Cons". Collected Papers]. Moscow: Progress Publ. Pp. 114–164. (In Russian)

Bartlett F. S. (1932) *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: https://doi.org/10.1111/j.2044-8279.1933.tb02913.x

Bartlett F. (1959) *Psihika cheloveka v trude i igre* [Human Psyche in Work and Play]. Moscow: Academy of Pedagogical Sciences of the RSFSR Publ. (In Russian)

Bakhtin M. M. (1972) *Problemy poetiki Dostoevskogo* [Problems of Dostoevsky's Poetics]. Moscow: Hudozhestvennaya literatura Publ. (In Russian)

Bolotnov A. V. (2017) Regulyativnye vozmozhnosti tretichnyh mediatekstov [Regulatory Capabilities of Tertiary Media Texts]. *TSPU Bulletin*. 7 (184): 41–47. (In Russian)

Bozrikova S. A. (2012) Kriminal'nyy narrativ: narrativnaya zhurnalistika v SShA i v Rossii [Criminal Narrative: Narrative Journalism in the USA and Russia]. In S. A. Lyashko (ed.) *Aktual'nye problemy nauki i obrazovaniya: sb. nauch. st.* [Current Problems of Science and Education: a Collection of Scientific Papers]. Balashov: Nikolaev Publ. (In Russian)

Bozrikova S. A., Tataru L. V. (2012) *Narrativnaya zhurnalistika v Amerike i v Rossii* [Narrative Journalism in America and Russia]. Balashov: Nikolaev Publ. (In Russian)

Castells M. (2004) *Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve* [The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society]. Ekaterinburg: U-Faktoriya Publ. (In Russian)

Chomsky N. (1972) *Yazyk i myshlenie* [Language and Mind]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Dobrosklonskaya T. G. (2009) Mediatekst kak edinica diskursa sredstv massovoy informazii [Media Text as a Unit of Mass Media Discourse]. In T. G. Dobrosklonskaya (ed.) *Aktual'nye protsessy v razlichnykh tipakh diskursov: politicheskiy, mediynyy, reklamnyy diskursy i internet-kommunikatsiya: materialy mezhdunar. konf. (19–21 iyunya 2009 g.)* [Current Processes in Various Types of Discourse: Political, Media, Advertising Discourses and Online Communica-

tion: Proceedings of the International Conference (June 19-21, 2009)]. Moscow: Yaroslavl' Publ. Pp. 137–143. (In Russian)

Duskaeva L. R. (2012) *Dialogicheskaya priroda gazetnyh rechevyh zhanrov. Izd. 2-e, dop., ispr.* [Dialogical Nature of Newspaper Speech Genres. 2nd ed., enlarged and revised] St. Petersburg: Filol. fakul'tet Publ. (In Russian)

D'yachenko O. V. (2016) Rossiyskie SMI v sotsial'nykh setyakh Facebook i «VKontakte»: analiz aktivnosti i informtsionnykh predpochteniy auditorii [Russian Media in the Facebook and VKontakte Social Networks: an Analysis of Audience Activity and Information Preferences]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 28–45. Available at: https://vestnik.journ.msu.ru/books/2016/1/rossiyskie-smi-v-sotsialnykh-setyakh-facebook-i-v-vkontakte-analiz-aktivnosti-i-informtsionnykh-pred/ (accessed: 08.09.2019). (In Russian)

Genett G. (1998) *Figury: v 2 t. T. 1–2* [Figures: in 2 vol. Vol. 1–2]. Moscow: Izd-vo im. Sabashnikovyh Publ. (In Russian)

Herman D. (2009) *Basic Elements of Narrative*. Chichester: Wiley-Blackwell. A John Wiley & Sons. Available at: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/9781444305920.fmatter (accessed: 03.01.2021). DOI: 10.1002/9781444305920

Jacobson R. (1975) Lingvistika i poetika [Linguistics and Poetics]. In *Strukturalizm: «za» i «protiv». Sbornik statey* [Structuralism: "Pros" and "Cons". Collected Papers]. Moscow: Progress Publ. Pp. 193–231. (In Russian)

Kachanov D. G. (2020) Narrativ v mul'timediynoy zhurnalistike: analiz rossiyskikh i zarubezhnykh mediaproektov [Narrative in Multimedia Journalism: an Analysis of Russian and Foreign Media Projects]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 79–101. Available at: https://vestnik.journ.msu.ru/books/2020/1/narrativ-v-multimediynoy-zhurnalistike-analiz-rossiyskikh-i-zarubezhnykh-mediaproektov/ (accessed: 03.01.2021). DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2020.79101 (In Russian)

Kazak M. Yu. (2012) Specifika sovremennogo mediateksta [Specifics of the Modern Media Text]. *Sovremennyy diskurs-analiz* 6: 30–42. (In Russian)

Knoller N., Ben-Urie U. (2015) The Holodeck Is All Around Us – Interface Dispositifs in Interactive Digital Storytelling. In H. Koenitz, G. Ferri, M. Haahr, D. Sezen, T. İ. Sezen (eds.) *Interactive Digital Narrative: History, Theory and Practice*. New York; London: Routledge. Available at:

https://www.researchgate.net/publication/271013270_Learning_Through_Interactive_Digital_Narratives (accessed: 03.01.2021).

Kramer M., Call W. (eds.) (2007) *Telling True Stories: a Nonfiction Writers' Guide from the Nieman Foundation at Harvard University*. New York: A Plume book.

Kurilov A. E. (2016) Periodicheskie kolebaniya novostnogo polya rossiyskikh informatsionnykh agentstv [Periodic Fluctuations in the News Field of Russian News Agencies]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 5 (1): 67 – 80. (In Russian)

Labov W., Waletzky J. (1997) Oral Versions of Personal Experience: Three Decades of Narrative Analysis. *Special Volume of a Journal of Narrative and Life History* 7: 3–38. DOI: https://doi.org/10.1075/jnlh.7.02nar

Leví-Strauss K. (2001) *Strukturnaya antropologiya* [Structural Anthropology]. Moscow: EKSMO-Press Publ. (In Russian)

Leont'ev A. A. (2008) Psiholingvisticheskie osobennosti yazyka SMI [Psycholinguistic Features of the Media Language]. In M. N. Volodina (ed.) *Yazyk sredstv massovoy informatsii: Uchebnoe posobie dlya vuzov* [The Media Language: a Study Guide for Universities]. Moscow: Akademicheskiy prospect Publ.; Al'ma Mater Publ. Pp. 146–152. (In Russian)

Lukina M. M. (2009) Transformaciya zhurnalistskogo teksta v usloviyah internet-sredy [Transformation of a Journalistic Text in the Online Environment]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 3: 54 – 72. (In Russian)

Malyshev D. A. (2015) Sobytie i narrativ v telenovostyah, posvyashchennyh deyatel'nosti politikov [Event and Narrative in TV News Dedicated to Politicians' Activities]. *Politicheskaya lingvistika* 3 (53): 124–134. (In Russian)

Matveeva T. V. (2010) *Polnyy slovar' lingvisticheskikh terminov* [Complete Dictionary of Linguistic Terms]. Rostov on Don: Feniks Publ. (In Russian)

Milostivaya A. I. (2015) Zhanr gazetnogo teksta i narrativnost' [Newspaper Text Genre and Narrativeness]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya* 2–3. Available at: http://science-education.ru/ru/article/view?id=23677 (accessed: 26.11.2020). (In Russian)

Minskiy M. (1979) *Freymy dlya predstavleniya znaniy* [Frames for Knowledge Representation]. Moscow: Energiya Publ. (In Russian)

Oschatz C., Marker C. (2020) Long-Term Persuasive Effects in Narrative Communication Research: a Meta-Analysis. *Journal of Communication* 70 (4): 473–496. DOI: https://doi.org/10.1093/joc/jqaa017

Pil'gun M.A. (2015) Mul'timediynyy tekst: osobennosti funktsionirovaniya i perspektivy razvitiya [A Multimedia Text: Operation Features and Development Prospects]. *Uch. zapiski Kazansk. un-ta* 157 (5): 192–204. (In Russian)

Pier J. (2013) Sushchestvuet li francuzskaya postklassicheskaya narratologiya? [Does French Post-Classical Narratology Exist?]. *Narratorium* 1–2 (5–6). Available at: http://narratorium.rggu.ru/article.html?id=2631084 (accessed: 08.10.2019). (In Russian)

Propp V. Ya. (1928) *Morfologiya skazki* [Morphology of a Fairy Tale]. Leningrad: ACADEMIA Publ. (In Russian)

Rozhdestvenskiy Yu. V. (1979) *Vvedenie v obshchuyu filologiyu* [Introduction to General Philology]. Moscow: Vysshaya shkola Publ. (In Russian)

Sanford A., Garrod S. (1981) *Understanding Written Language: Explorations of Comprehension Beyond the Sentence*. Chichester: John Wiley & Sons.

Schank R. S., Abelson R. P. (1977) *Scripts, Plans, Goals and Understanding: an Inquiry into Human Knowledge Structures*. Hillsdale; New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Schank R., Birnbaum L., Mey J. (1989) K integracii semantiki i pragmatiki [To the Integration of Semantics and Pragmatics]. In B. Yu. Gorodetskiy (ed.) *Novoe v zarubezhnoy lingvistike. Komp'yuternaya lingvistika. Vyp. 24* [Foreign Linguistics News. Computer Linguistics. Vol. 24]. Moscow: Progress Publ. Pp. 32–48. (In Russian)

Shmid V. (2003) *Narratologiya* [Narratology]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ. (In Russian)

Todorov Ts. (1975) Poetika [Poetics]. In *Strukturalizm: «za» i «protiv». Sbornik statey* [Structuralism: "Pros" and "Cons". Collected Papers]. Moscow: Progress Publ. Pp. 37–114. (In Russian)

Tyupa V. I. (2002) Ocherk sovremennoj narratologii [Modern Narratology Essay]. *Kritika i semiotika* 5: 5–31. (In Russian)

van Dijk T. A. (1991) The Interdisciplinary Study of News as Discourse. In K. Bruhn-Jensen, N. Jankowksi (eds.) *Handbook of Qualitative Methods in Mass Communication Research*. London: Routledge. Pp. 108–120. Available at: http://www.discourses.org/OldArticles/The%20interdisciplinary%20study%20of%20news%20as%20discourse.pdf (assessed: 13.04.2020).

Vartanova E. L., Gladkova A. A. (2020) Tsifrovoy kapital v kontekste kontseptsii nematerial'nykh kapitalov [Digital Capital in the Context of the Concept of Intangible Capitals]. *Mediascope* 1. Available at: http://www.mediascope.ru/2614. DOI: 10.30547/mediascope.1.2020.8 (accessed: 13.02.2021). (In Russian)

Vorontsova T. A. (2017) Novostnoy zagolovok kak reprezentant sobytiya [A News Headline as an Event Representative]. *Politicheskaya lingvistika* 6 (66): 21–25. (In Russian)

Поступила в редакцию
18.07.2020