

Образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский университет имени А.С. Грибоедова»

На правах рукописи



ПАВЛОВ ДМИТРИЙ НИКОЛАЕВИЧ

**НАРРАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ МОТИВИРУЮЩЕГО КОНТЕНТА
В ВИЗУАЛЬНЫХ МЕДИА (ОПЫТ КРИТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА)**

Специальность: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель:

доктор филологических наук, доцент

Темиршина Олеся Равильевна

Москва – 2024

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Теоретические основы исследования. Мотивирующий контент в структурном, материально-технологическом и психологическом аспектах	16
§1. Социальный и материально-технологический аспекты мотивирующего контента	16
§2. Структурно-нарративный и психологический аспекты мотивирующего контента	23
Глава 2. Мотивирующий контент видеоплатформы You-Tube в структурном, психологическом и материально-технологическом аспектах	68
§1. Методика исследования мотивирующего контента на платформах You-tube и TikTok	68
§2. Специфические особенности мотивирующего контента на видеоплатформе You-tube	74
Глава 3. Мотивирующий контент платформы Tiktok в структурном, психологическом и материально-технологическом аспектах	126
§1. Особенности исследования сервиса коротких вертикальных видеороликов TikTok	126
§2. Специфические особенности мотивирующего контента платформы TikTok	129
Заключение.....	159
Список литературы.....	170
Приложения.....	193

Введение

Диссертация посвящена изучению мотивирующего контента как социального феномена в медиапространстве. В условиях современного общества человек сталкивается с синдромом информационной перегрузки¹, который возникает в процессе активного и бесконтрольного потребления информационных ресурсов². Данное состояние связано с активной сменяемостью социальных ролей за короткие сроки, из-за чего увеличивается нагрузка на нервную систему человека. Проблему избавления от стресса обычно решают профессиональные психологи. Тем не менее в интернете активно публикуются материалы, которые не имеют научного обозначения, однако выполняют первичную «помогающую» функцию борьбы со стрессом. В нашей диссертационной работе предлагается назвать такой тип контента *мотивирующим контентом*.

Канадский философ Маршалл Маклюэн полагал, что основной принцип функционирования «горячих медиа»³ связывается с рецепцией зрителя без его активного участия. Таким образом, широко известная идея М. Маклюэна – «medium is the message» медиа – это послание/сообщение) – также является основополагающей мыслью нашей работы и в методологическом отношении. Будучи концептуально развернутой, эта идея предполагает, что *формат контента влияет на нарратив, то есть медиасоставляющая оказывает влияние на филологическую (нарративную) составляющую*. Наш дальнейший анализ покажет, что именно тип платформы «воздействует» на структуру нарратива.

Следовательно, мотивирующий контент⁴ (далее МК) — это публикации

¹ Тоффлер Э. Шок будущего. — М. : АСТ, 2002. — С. 178.

² Гринева О.А. Информационная перегрузка человека в информационном обществе // Миссия конфессий. — 2022. — №. 11. — С. 193.

³ Понимание медиа: внешние расширения человека // Янко Слава: библиотека URL: http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf (дата обращения: 02.03.2024).

⁴ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Рецепция мотивирующего контента аудиторией (на примере платформы YouTube) // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XVII Международной научно-практической конференции (Москва – Пенза, 22-23 апреля 2024 г.). — Москва - Пенза, 2024. — С. 219-224.

психологического характера, размещенные на цифровых платформах и моделирующие поведение аудитории в критические психологические моменты. МК присутствует на таких платформах, как You-Tube и TikTok. Формат МК изменчив, он зависит от инструментария платформы, но всегда визуален.

Ключевое аксиологическое положение работы заключается в том, **что визуальность МК и его *простая нарративная организация* приводят к его негативному влиянию как на микроуровне отдельной личности, так и на макроуровне общества в целом.**

Мы полагаем, что мотивирующий контент способен предложить только первичную ролевою модель функционирования в кризисной ситуации, избавив человека от поиска адаптивной поведенческой модели. При этом специфика организации мотивирующих нарративов такова, что предлагаемый нарратив как будто предлагает окончательное решение сложных жизненных задач, соответственно дальнейшее следование данной модели может негативно сказаться как на обществе, так и на личности.

Мотивирующий контент направлен на нарративизацию мышления человека, что часто приводит к неумению критически воспринимать окружающую реальность. В обозначенной выше концепции мотивирующего контента предложенная авторами МК модель поведения не срабатывает в реальной жизни зрителя. Эта психологическая неэффективность на «длинной дистанции» связана, во-первых, с базовыми стартовыми позициями каждой личности, во-вторых, с особенностями выносливости и характера человека, в-третьих, с социальной территорией реализации человека.

Мы полагаем, что негативные эффекты МК особенно ярко проявляются в материалах платформы You-Tube, видеоролики которой имеют большее количество экранного времени и экранного текста, а следовательно, эти видеоматериалы имеют большую степень социального влияния.

Негативные социальные последствия такого рода нарративов и их структурная – сюжетная – организация обусловлена спецификой человеческого

восприятия, которое склонно попадать в «ловушки нарративов».

В соответствии с этим тезисом одной из руководящих идей нашей работы стало положение Д. Канемана о двух мыслительных системах человека: Системы 1, ориентированной на поверхностное «мотивно-образное» восприятие информации, и Системы 2, связанной с аналитическим подходом.

«Система 1, - пишет Д. Канеман, - срабатывает автоматически и очень быстро, не требуя или почти не требуя усилий и не давая ощущения намеренного контроля. Система 2 выделяет внимание, необходимое для сознательных умственных усилий, в том числе для сложных вычислений. Действия Системы 2 часто связаны с субъективным ощущением деятельности, выбора и концентрации... Когда Система 2 занята чем-то еще, мы готовы поверить почти чему угодно. Система 1 наивна и склонна верить, недоверие и сомнения – прерогатива Системы 2, но она иногда занята и часто ленива. Существуют свидетельства того, что пустые, но убедительные сообщения – к примеру, реклама – сильнее влияют на усталых, исчерпавших энергию людей»⁵.

Мотивирующий контент, предлагая зрителю / читателю связанное и упрощающее сложную реальность повествование, несомненно связывается с Системой 1. Именно поэтому такого рода сюжеты могут усугубить кризисную ситуацию. Этому способствуют ключевые особенности мотивирующего контента, которые и стали критериями его выделения.

1. **Сказочность повествования.** Зрительская аудитория, примеряя на себя образ главного героя медиапроизведения, не всегда способна отразить последствия упрощения реальности. Нарративное сказочное повествование помогает разрешить «сказочные» кризисные ситуации, происходящие с героем видеоролика. Такие нарративные матрицы не могут быть применены в реальной человеческой жизни.
2. **Нарративизация сознания.** Данное негативное проявление мотивирующего контента способно ослабить критическое мышление

⁵ Канеман Д. Думай медленно... Решай быстро. - М.: Издательство АСТ, 2011. – С. 60.

зрительской аудитории. Эта особенность проецируется не только на повседневную жизнь человека, но и на взгляды на общественные вопросы (прим. политика).

3. **Манипулятивное влияние на общественные взгляды.** Пользователи западных медиаплатформ You-Tube и TikTok успевают просмотреть большое количество материалов, которые не прошли модерацию. Следовательно, знакомые из детства сказочные нарративные матрицы способны «затуманить» разум аудитории, внедрив в нее негативные представления об обществе. Чаще всего такое происходит на видеоплатформе You-Tube, где нарратор имеет большее экранное время, большее количество визуальных эффектов и большие возможности продвижения материалов. Мотивирующий контент You-Tube типизирует по простому принципу все социальные и политические процессы, объясняя их простыми шаблонными фразами.
4. **Деперсонафикация зрителя.** Из-за деперсонафикации аудитории опыт главного героя может навредить зрителю, это связано с тем, что в МК не учитываются индивидуальные особенности кризисной ситуации каждой отдельной личности.
5. **Непрофессиональность при создании.** В отличие от заранее профессионально подготовленного материала с использованием отрефлексированных психологических методик МК не является профессиональным, так как часто его создают блогеры, продающие курсы по улучшению качества жизни.
6. **Известный главный герой.** Мотивирующий контент обычно построен на примере повествования истории жизни знаменитой личности. Таким образом, нарративный комплекс отвечает стандартному строению волшебной сказки, где персонаж проходит через цепочку трудностей и обряд инициации, становясь «героем». Такое медиапроизведение автоматически вызывает доверие у аудитории, так как главным героем

выступает человек, достигший успеха. Такой прием позволяет спроецировать опыт персонажа на жизнь человека.

7. **Отсутствие возможности проработки главного героя медиапроизведения.** Из-за того, что МК публикуется на различных видеоплатформах возникает проблема раскрытия главного героя. С ней сталкиваются авторы МК в TikTok, так как времени рассказать о предыстории персонажа меньше из-за ограниченного количества времени видеоролика. Следует отметить, что на платформе You-Tube такая проблема отсутствует из-за более широкого инструментария платформы.
8. **Обширный тематический ряд.** При этом тематический ряд контента вызывает положительный отклик у аудитории (работа, отношения, смена роли в обществе, потеря близкого человека), так как через МК автору удается показать, что кризисные ситуации решаемы. Однако данный положительный отклик помогает обрести лишь временное облегчение.
9. **Адаптивность.** Мотивирующий контент присутствует на визуальных платформах You-Tube и TikTok. При этом МК очень адаптивен к изменчивости платформы. Следует отметить, что форма материала изменчива, однако его структурная часть не меняется.
10. **Однотипность советов выхода из кризиса от автора медиаматериала.** Из-за деперсонафикации аудитории МК данных платформ поддерживает идею позитивного взгляда на кризис, часто предоставляет обобщенную модель поведения с репликами: «не сдавайся», «у тебя все получится». Данные «поддерживающие» советы, описанные нами в диссертационной работе, не могут повлиять на кризисную ситуацию человека, что заставляет мотивирующий контент уступать реальной психологической помощи.
11. **Основное средство воздействия – мотивирующий нарратив.** Мы полагаем, что правильно сконструированные нарративные матрицы при создании МК выступают основным средством воздействия на аудиторию.

Автор МК, создавая нарративную цепочку, способен конструировать общественное или личное мнение аудитории. Помогая, по мнению автора, аудитории, мотивирующий контент способен привести к разрушению личности, которая копирует предложенную модель поведения.

Предполагается, что данный феномен возникает в ходе развития сторителлинга. Следует обозначить, что в классическом понимании сторителлинг является инструментом маркетинга, который, используя медиа, выстраивает отношения между компанией и клиентом⁶. В современном дискурсе сторителлинг все чаще рассматривается как мультимедийная составляющая журналистского сообщества, которая предполагает профессиональную подготовку подачи материала с использованием инструментов различных платформ. Например, по мнению О.Р. Самарцева, сторителлинг необходим для раскрытия драматических событий общественной жизни⁷. Следовательно, сторителлинг отвечает запросу современного читателя, требующего персонификации потребляемой информации⁸.

В медиaprостранстве изучаемое нами явление активно развивается на визуальных медиаплатформах You-Tube и TikTок. Являясь частью сторителлинга, мотивирующий контент, сохранив только мультимедийность повествования⁹, утратил маркетинговые и журналистские черты: коммуникацию между клиентом и компанией, новостную функцию. Основной функцией мотивирующего контента стало замаскированное с целью заработка на курсах личностного роста оказание психолого-терапевтической поддержки аудитории. Такое проявление МК чаще наблюдается на медиаплатформе YouTube, так как авторы имеют больший

⁶ Кузовенкова А.И. Сторителлинг как новая медиатехнология // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-novaya-medi-atehnologiya> (дата обращения: 07.04.2021).

⁷ Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики: Учеб. пособие. М.: Академический проект, 2009. С. 290-293.

⁸ Симакова С.И., Енбаева А.П. Сторителлинг как прием журналистской работы // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2019. — №. 1(31). — С. 117.

⁹ Духан М.Е. Мультимедийные средства интернет-журналистики // Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи: материалы Студенческих научных чтений, Екатеринбург, 20 апреля 2017 г. – Екатеринбург: ИПЦ журфака ИГНИ УрФУ, 2017. – С. 136–137.

инструментарий для рекламы собственной психологической деятельности. В научной среде объяснение такого понятия отсутствует, поэтому нами было принято обозначить такой контент мотивирующим.

При этом изучение сторителлинга в отечественной науке приобретает более широкий характер. Его исследование направлено на другие социальные сферы: формирование волевых качеств военных¹⁰, помощь в развитии речи детей дошкольного возраста¹¹, рассмотрение в рамках образовательного процесса¹², создание журналистских информационных лонгридов¹³. Нами было обнаружено¹⁴, что авторы МК реанимируют повествовательные архетипы волшебной сказки, моделируя рецепцию зрителя. В основе таких историй нет цели продвижения определенного продукта и выстраивания отношений между человеком и компанией. В основе находятся привычные человеку кризисные ситуации и модель поведения, для их дальнейшего избежания.

Еще одной важной причиной изучения МК должна стать нарративизация материалов, активно используемых в процессе современного геополитического информационного противостояния. Мы полагаем, что **материалы негативной западной пропаганды создаются в соответствии со сказочными нарративами**. Таким образом, изучение простых моделей МК, выявление его образной и мотивно-сюжетной структуры, имеет несомненную социальную значимость, ибо и в мотивирующем контенте, и в других медаматериалах негативной пропаганды

¹⁰ Васильев Б.Ю. Использование техники сторителлинга в процессе формирования морально-волевых качеств курсантов военного вуза // Профессиональное образование в России и за рубежом. — 2019. — №. 2 (34). — С. 80-85.

¹¹ Петрушкова Е. А. Использование технологии «сторителлинг» в развитии речи у детей дошкольного возраста // Новизна. Эксперимент. Традиции. — 2023. — №. 1 (21). — С. 80-85.

¹² Кутепова Л.И., Перевозчикова Н.Г., Егорова Н.Г., Соколова Л.С. Использование технологии сторителлинг в образовательном процессе ВУЗа // Балтийский гуманитарный журнал. — 2021. — №. 3 (36). — С. 101-104.

¹³ Анюхина А.М. Феномен мультимедийного лонгрида и digital storytelling в сетевых медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2017. — №. 2. — С. 146-150.

¹⁴ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Сказочный нарратив в медиасреде: структура и функции (на примере мотивирующего контента YouTube) // Litera. 2023. № 3. С. 72.

используется одинаковый структурный принцип организации.

Таким образом, **актуальность** определяется тем, что мотивирующий контент как социальный феномен, чрезвычайно широко представленный в медиaprостранстве, до сих не вычленен как отдельный формально-содержательный тип. Между тем социальная значимость мотивирующего контента очевидна, она связывается с его функционально-структурной организацией: мотивирующий контент оказывается негативным первичным средством психологической самопомощи. Негативное влияние (особенно на видеоплатформе You-Tube) способно привести личность к разрушению собственного мировоззрения. Знакомые из детства сюжетные конструкции облегчают восприятие сложных психологических и социально-политических процессов, уничтожая критическое мышление личности. Особенно такой контент может быть опасен в напряженные исторически важные периоды развития общества тем, что истончает грань между реальностью и сказкой. Такими манипуляциями могут воспользоваться авторы контента как для монетизации собственной деятельности, так и для продвижения негативных идеологий, разрушающих общественную целостность

Степень научной разработанности проблемы. Как было обозначено выше, феномен мотивирующего контента не был отрефлексирован в современной научной практике, однако существует ряд исследователей сторителлинга, чьи идеи связаны с темой нашего научного исследования. Среди них мы можем отметить работы Ю.А. Евграфовой¹⁵¹⁶,
Э.С. Карпова¹⁷¹⁸,

¹⁵ Влог как нарратив личного опыта (на материале экранных текстов YouTube) / Ю. А. Евграфова // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2022. – № 4(40). – С. 91-101.

¹⁶ Конститутивные элементы нарративности экранного текста (на примере новостных телетекстов) / Ю. А. Евграфова, М. В. Беляков // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2020. – № 3(31). – С. 40-46.

¹⁷ Готовцева А.Г., Карпов Э.С. Лингвосомиотические особенности текста в TikTok: «чужое слово» в новой мультимедийной реальности // Litera. 2021. № 4. С. 127-134.

¹⁸ Лингвистические особенности текстовой составляющей креолизованных интернет-мемов // Филология: научные исследования. 2021. № 12. С. 30-36.

А.М. Шестериной¹⁹²⁰, А.П. Енбаевой и С.И. Симаковой²¹, А.А. Золотухина и Ю.Н. Мажариной²², Е.А. Зверевой²³, А.И. Кузовенковой²⁴, О.С. Назаровой²⁵, С.А. Панюковой²⁶, С.А. Шомовой²⁷, О.А. Рыжковой и Т.Л. Каминской²⁸. Помимо этого, нарративной составляющей медиа посвящены труды Г.И. Зверевой²⁹, Л.К. Салиевой и М.В. Луканиной³⁰, А.А. Пронина и Л.В. Комуцци³¹.

Цель диссертационного исследования заключается в определении понятия «мотивирующий контент», выявлении его ключевых особенностей как семиотического феномена и вычленении структурных признаков построения мотивирующего контента на визуальных платформах You-Tube и TikTok.

¹⁹ Шестерина А.М. 2022. Аудитория видеоблогов как криэйтор медиадискурса. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 41(4): 662–669.

²⁰ Шестерина А.М. К вопросу о типологизации новых медиа // Нефилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 931-939.

²¹ Симакова С.И., Енбаева А.П., Исакова Т.Б. Мультимедийный сторителлинг – теоретическое осмысление // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. — 2019. — №. 1. — С. 222-230.

²² Золотухин А.А., Мажарина Ю.Н. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журналистики? // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. – 2015. – № 2. – С. 93–96.

²³ Зверева Е.А. Адаптация потенциала сторителлинга под профессионально-ориентированную коммуникацию: результат реализации образовательной программы направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2020. — №. 3 (37). — С. 35-41.

²⁴ Кузовенкова А.И. Сторителлинг как новая медиатеchnология // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-novaya-medi-atehnologiya> (дата обращения: 07.04.2021).

²⁵ Назарова О. С. Цифровой сторителлинг как современная образовательная практика // Гуманитарная информатика. 2018. No 15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-storitelling-kak-sovremennaya-obrazovatel'naya-praktika> (дата обращения: 03.03.2022).

²⁶ Панюкова С. А. Научно-популярный сторителлинг на YouTube- канале // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. No 1 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-populyarnyy-storitelling-na-youtube-kanale> (дата обращения: 03.03.2022).

²⁷ Мультимедийная журналистика [Текст]: учебник для вузов / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко и др.; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.

²⁸ Т.Л. Каминская, О.А. Рыжкова Сторителлинг в медиа: региональные интернет-издания // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. — 2019. — №. 6 (24). — С. 1-4.

²⁹ Зверева Г.И. Рядовой пользователь социальных медиа как историк: способы создания исторического нарратива на YouTube // Преподаватель XXI век. — 2019. — №. 4. — С. 323-337.

³⁰ Луканина М.В., Салиева Л.К. Нарративное манипулирование // Государственное управление. Электронный вестник. — 2014. — №. 46. — С. 210-224.

³¹ Комуцци Л.В., Пронин А.А. Медийные нарративы и их перспективы в России // Международный журнал исследований культуры. — 2021. — №. 2(43). — С. 87-101.

Для реализации цели следует решить следующие **задачи**:

1. Разработать алгоритм анализа мотивирующего контента;
2. Проследить генезис мотивирующего контента как социального феномена, вычленив и обосновать значимые вехи его развития;
3. Проанализировать структурные особенности МК в зависимости от медиаплатформы;
4. Вычленив цепочку нарративных структур, релевантных для создания МК.
5. Выявить доминирующие нарративы, а также рассмотреть незначимые нарративные матрицы, которые не участвуют при построении МК, определить причины такого распределения мотивных цепочек.
6. Рассмотреть используемые авторами средства художественной выразительности.
7. Обозначить стиль речи мотивирующего контента.

Объектом исследования является мотивирующий контент (60 публикаций), размещенный на медиаплатформах You-Tube и TikTok. Выбор обозначенных медиаплатформ связан с их популярностью и высоким уровнем визуальности.

Предметом исследования стали структурные принципы организации нарратива МК и специфика рецепции МК аудиторией.

Научная новизна диссертационного исследования обусловлена описанием феномена мотивирующего контента с позиции нарратологии и предпринятым анализом его структурно-семиотической и прагматической организации.

Данный анализ позволил впервые:

1. Обосновать значимую роль мотивирующего контента в медиaprостранстве и ввести феномен мотивирующего контента в исследовательское научное поле;
2. Выявить негативное социопсихологическое влияние мотивирующего контента (в особенности на медиаплатформе YouTube);
3. Рассмотреть мотивирующий контент в аспекте его истории: за десятилетие накоплен опыт публикации таких материалов на визуальных медиаплатформах, адаптации МК под инструментарий и аудиторию;

4. Вычленив три главных аспекта МК (литературно-нарративный, психологический и материально-технологический);
5. Выявить алгоритм анализа МК, нарративных матриц;
6. Реконструировать на цепочку необходимых базовых нарративных матриц для создания МК;

Теоретическая значимость работы определяется тем, что в работе предлагается алгоритм анализа медиапроизведения МК с опорой на классические нарратологические исследования В.Я Проппа, А. Греймаса, Ю.М. Лотмана и К. Леви-Стросса.

Итоги работы позволяют осмыслить в теоретическом аспекте нарративные матрицы при создании мотивирующего контента.

Практическая значимость работы определяется тем, что полученные результаты могут быть полезны нарраторам при планировании стратегии диалога между автором и зрителем мотивирующего контента, могут быть полезны зрительской аудитории в целях избегания манипулятивного воздействия со стороны медиаресурсов. Зрителям предоставляется возможность выбрать первичную психологическую помощь вместо нарративно-сказочных видеороликов платформ You-tube и TikTok. Результаты и материалы исследования могут быть задействованы в учебном процессе при освоении дисциплин по направлению журналистики, рекламы и PR.

Методологическая основа исследования базируется на идеях В.Я Проппа, А. Греймаса, Ю.М. Лотмана и К. Леви-Стросса, в чьих фундаментальных работах был исследован художественный и мифологический нарратив. Таким образом, в диссертации используются структурно-семиотический метод, метод нарративного анализа и дескриптивный метод.

На защиту выносятся следующие теоретические положения:

- 1) Мотивирующий контент – контент психологического характера, сконструированный при помощи базовых нарративных матриц, выполняет психолого-терапевтическую функцию в период кризисной ситуации. При

этом сказочное повествование и диктуемая нарраторами модель поведения изначально негативна и может навредить личности.

- 2) Мотивирующий контент с нарративной точки зрения выстроен при помощи мотивов волшебной сказки, при этом автор медиапроизведения использует не все известные нарративы, а только те, которые он выбирает те или иные функции для своего материала в зависимости от темы и цели. МК может оказаться своеобразным сценарным планом действий для личности.
- 3) В литературно-нарративном аспекте МК строится на базе следующих сюжетных нарративных матриц: «обличение», «начинающееся противодействие», «отправка», «получение волшебного средства», «борьба», «победа», «трансфигурация» и «воцарение».
- 4) В материально-технологическом аспекте МК адаптивен к медиаплатформам, однако его функция и сюжетная структура неизменны.
- 5) Тематическую составляющую МК и количество кризисных ситуаций раскрывают бинарные оппозиции материала (успех/неудача, богатство/бедность, популярность/непопулярность, свадьба/развод, легкая жизнь/тяжелая жизнь).

Степень достоверности и апробация результатов

Степень достоверности положений и выводов диссертационного исследования достигается системным анализом большого количества мотивирующего контента. При изучении проводились различные методы исследования, помогающие отрефлексировать нарративные особенности МК. Комплексный методологический подход, реализованный в диссертации, позволяет прийти к достоверным и выверенным выводам.

Подбор материала проводился автором в несколько этапов. Первый этап отбора материалов проходил с 2019 года в период подготовки магистерской диссертации. Второй этап проводился во время написания диссертационной работы на соискание кандидата наук. Было принято решение более подробно изучить МК, добавив в исследование большее количество визуальных медиа.

Результаты работы обсуждались на заседаниях кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы Московского университета им. А.С. Грибоедова. По материалам диссертации был сделан ряд докладов, прочитанных на Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2023» (Москва, апрель 2023 г.); на Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2024» (Москва, апрель 2024 г.); на Международной научной конференции молодых ученых «Грибоедовские чтения-2022» (Москва, апрель 2022 г.); на XVII Международной научно-практической конференции «Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере» (Москва – Пенза, апрель 2024 г.); на IX Международной научно-практической конференции «Междисциплинарные исследования и открытия: неопределённость и новые вызовы» (Саратов, апрель 2024 г.); на II Международной научно-практической конференции «Мультиязычность в образовательном пространстве: теория и практика» (Москва, май 2024 г.). Результаты исследования были также внедрены в практику преподавания курсов введение в специальность (PR), основы рекламной деятельности, техника и технология СМИ, читаемых автором диссертации на факультете журналистики Московского университета имени А.С. Грибоедова в 2022-2024 гг.

Структура диссертации обусловлена задачами исследования. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, две из которых являются практическими, заключения, списка литературы и приложений (включающих примеры визуального сопровождения мотивирующего контента).

Глава 1. Теоретические основы исследования. Мотивирующий контент в структурном, материально-технологическом и психологическом аспектах

§1. Социальный и материально-технологический аспекты мотивирующего контента

Изучение сюжетной структуры мотивирующего контекста невозможно осуществлять без обращения к его социально-психологической функции. Мы полагаем, что нарративная составляющая мотивирующего контента связана с его медиафункцией: первичной психологической поддержкой, ознакомлением зрительской аудитории с главным героем, преодолевшим кризисную ситуацию. Структура волшебной сказки в данном случае полностью отвечает потребностям автора и зрителя, метафорически раскрывая через сюжетное сказочное повествования способы преодоления психологических препятствий. Таким образом, и психологический аспект напрямую взаимосвязан с героизацией главного героя медиапроизведения. Даниэль Канеман в своей работе «Думай медленно... Решай быстро» приводит пример, раскрывающий специфику такого рода героизации персонажа: «Вы встречаетесь на вечеринке с привлекательной и общительной женщиной по имени Джоан. Потом ее имя всплывает в разговоре о взносах на благотворительность. Что вы знаете о щедрости Джоан? Правильный ответ – почти ничего, поскольку нет оснований считать, что приятные в общении люди являются щедрыми жертвователями. Но Джоан вам нравится, и, думая о ней, вы чувствуете, что она вам симпатична. Вдобавок вам нравится щедрость и щедрые люди. По ассоциации вы теперь предрасположены считать, что Джоан – щедрая. В результате этого нового убеждения Джоан нравится вам даже больше прежнего, потому что вы прибавили ей новое приятное качество. В истории про Джоан нет истинных свидетельств ее щедрости, и пробел заполняется догадкой, возникающей в соответствии с вашей эмоциональной реакцией»³². В таком формате рассматривается рецепция зрителя, который замечает положительный результат

³² Канеман Д. Думай медленно... Решай быстро. - М.: Издательство АСТ, 2011. – С. 61.

разрешения кризисной ситуации. Аудитория невольно начинает доверять нарратору, воплощая в жизнь предлагаемую модель поведения.

Актуальность в создании МК на медиаплатформах возникла в современном сообществе, где происходит активная смена ролей деятельности человека. Такая сменяемость может привести человека к кризисным состояниям, которые нуждаются в проработке. Однако и чувство любви, и чувство удовлетворения от каких-либо свершений по своей природе разные, но современные контент-мейкеры, понимая, что данные чувства являются одними из важнейших в человеческой жизни, делают упор в собственном контенте на то, что эти ощущения являются чуть ли не центральными в жизни человека.

Необходимость рассмотрения мотивирующего контента также обусловлена тем, что поход к квалифицированному психологу для проработки проблемы может занимать большое количество времени и иметь высокую стоимость. Существующий на просторах интернета контент способен дать быстрый недолговечный заряд энергии, типизировать по нарративному принципу мышление и «помочь» в решении накопившихся ситуаций.

Предпосылки возникновения мотивирующего контента

Так как мотивирующий контент выстраивается из последовательного изложения нарративных матриц посредством рассказа определенной истории, то мы можем отметить, что МК является частью сторителлинга, что предполагает выстраивание сюжетоподобных конструкций.

Изначально сторителлинг считался исключительно маркетинговым приемом, так как его использование в медиа необходимо для транслирования идей компании посредством рассказывания историй³³. Сторителлинг также является мето-

³³ Кузовенкова А.И. Сторителлинг как новая медиатехнология // CyberLeninka. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-novaya-mediatehnologiya/viewer> (дата обращения: 13.10.2022).

дом достижения цели, так как он создает коммуникацию между брендом и потребителем. Мотивирующий контент отражает в себе основные принципы сторителлинга – рассказ истории с опорой на драматический сюжет, способный воздействовать на зрителя. Необходимо отметить, что история в МК имеет свои особенности: четкие нарративные матрицы, без которых невозможно будет вызвать реакцию зрителя, активное решение кризисной ситуации, уклон в психологию и внедрение в жизнь человека новой модели поведения.

Мы предполагаем, что данный феномен возникает в ходе развития сторителлинга. В современной научной среде сторителлинг все чаще рассматривается как мультимедийная составляющая журналистского сообщества, которая предполагает профессиональную подготовку подачи материала с использованием инструментов различных платформ.

Сторителлинг отвечает запросу современного читателя на персонификацию текста. Насыщение читателя обезличенным информационным пространством не всегда может раскрывать драматические события общественной жизни и вызывать необходимую реакцию ³⁴. Следовательно, сторителлинг отвечает запросу современного читателя, требующего персонификации потребляемой информации³⁵. В медиапространстве изучаемое нами явление активно развивается на визуальных медиаплатформах You-Tube и TikTok.

Следует отметить, что являясь частью сторителлинга, мотивирующий контент, сохранив только мультимедийность повествования ³⁶, утратил маркетинговые и журналистские черты: коммуникацию между клиентом и компанией, новостную функцию.

В основу коммуникации между зрителем и автором МК становится психолого-терапевтическая функция, необходимость в преодолении сложившегося

³⁴ Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики: Учеб. пособие. М.: Академический проект, 2009. С. 290-293,

³⁵ Симакова С.И., Енбаева А.П. Сторителлинг как прием журналистской работы // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2019. — №. 1(31). — С. 117.

³⁶ Духан М.Е. Мультимедийные средства интернет-журналистики // Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи: материалы Студенческих научных чтений, Екатеринбург, 20 апреля 2017 г. – Екатеринбург: ИПЦ журфака ИГНИ УрФУ, 2017. – С. 136–137.

кризиса. Данный вопрос не был отрефлексирован в научном сообществе, так как исследования сторителлинга направлены на другие социальные сферы: педагогика, развитие речи, журналистика, реклама и PR.

Нами было обнаружено ³⁷, что авторы МК реанимируют повествовательные архетипы волшебной сказки, моделируя рецепцию зрителя. В основе таких историй нет цели продвижения определенного продукта и выстраивания отношений между человеком и компанией. В основе находятся привычные человеку кризисные ситуации, которые развиваются в роликах медиаплатформы You-Tube с целью заработка на курсах личностного роста. Таким образом, обозреватель контента становится инструментом для получения денежной прибыли, а его кризисная ситуация не только не решается, но и может усугубиться.

Предпосылки возникновения МК также присутствуют в научно-популярной литературе, где автор на своем примере рассказывает историю преодоления кризисной ситуации (прим. Аллан Пиз³⁸). Однако свою окончательную форму мотивирующий контент приобретает в период активного развития массового мобильного интернета в России.

Мотивирующий контент появляется с внедрением в жизнь пользователей медиаплатформ, которые предполагают подготовительную деятельность контент-мейкера (составление сценария, продумывание видеоряда, обложки материала).

Поэтому стартовой точкой появления МК считается развитие длинных видеороликов на платформе You-Tube (2010 – по н.в.).

You-Tube стал одной из самых популярных ниш для мотивирующего контента. Это связано с тем, что You-Tube был уникальным сервисом для просмотра видеороликов. Именно в этот период появляются психологически каналы, направленные на мотивационную составляющую личности. Через призму медийной личности зрителю транслируется жизненная ситуация, построенная на инвариантной

³⁷ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Сказочный нарратив в медиасреде: структура и функции (на примере мотивирующего контента You-Tube) // *Litera*. 2023. № 3. С. 72.

³⁸ Пиз А. Ответ. проверенная методика достижений недостижимого. — М. : Эксмо, 2019. — 384 с.

основе В.Я. Проппа и А. Греймаса. В ходе внедрения в медиарынок торговли различными услугами, мотивирующий контент на данной платформе приобрел особенно значимый смысл – продвижение курсов, способных улучшить жизнь человека. Решение кризисной ситуации всегда проходит по простому сценарию, где меняются только протагонисты и антагонисты, структура волшебной сказки остается неизменной, что, очевидно, привлекает зрительскую аудиторию, желающую разобраться с проблемами.

Параллельно МК начал свое развитие и в TikTok. С 2018 года в данном сервисе разрабатывали МК блогеры, которые, рассказывая истории из собственного опыта, выстраивали жизнь и писали посты о различных сферах жизни. В период расцвета МК на YouTube многие блогеры данной направленности появились и в TikTok. Качественному развитию МК послужил переход пользователей с YouTube в период пандемии 2020 года. Среди родоначальников МК на данной платформе мы выделяем следующих авторов: Artemkey_new³⁹, Шоу историй⁴⁰, БИТЛ⁴¹.

Материально-технологический аспект мотивирующего контента видеоплатформ YouTube и TikTok

Медiasоставляющая и инструментарий, выбранных для публикации МК платформ, «диктует» автору необходимую нарративную форму контента. Мотивирующий контент, представленный на видеоплатформе YouTube, отличается своей визуальностью. Из-за большего количества времени на трансляцию и еще большего упора на качество контента авторы канала используют приемы сторителлинга, внедряя филологические инструменты конструирования истории в мате-

³⁹ Аккаунт Artemkey_new // TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@artemkey_new (дата обращения: 01.03.2022).

⁴⁰ Аккаунт Шоу историй // TikTok. URL: <https://www.tiktok.com/@showstory?lang=ru-RU> (дата обращения: 01.03.2022).

⁴¹ Аккаунт БИТЛ // TikTok. URL: <https://www.tiktok.com/@bittleguaca> (дата обращения: 01.03.2022).

риал. Убедительность данным произведениям добавляет структурированный сказочный нарратив, знакомый каждому человеку с детства. Нарратор может заставить поверить зрителя в данный материал не только при помощи продуманного сюжета, но и с помощью всех технических возможностей платформы YouTube: «Мерой успеха для Системы 1 является когерентность созданной истории. Количество и качество данных, на которых она основана, особого значения не имеют. Когда информации мало, как это часто бывает, Система 1 работает как механизм для поспешных выводов. Подумайте над следующим: «Будет ли Миндик хорошим лидером? Она умная, сильная...» Вам в голову быстро пришел ответ: «Да». Вы выбрали наилучший вариант на основании ограниченной доступной информации, но вы поторопились. А вдруг следующие два прилагательных оказались бы «коррупцированная» и «жестокая»? Однако именно визуальная составляющая выходит на передний план»⁴². Вторым элементом становится упор на сюжетность видеоролика, авторы используют визуальные элементы для членения истории на главы, плавные переходы, музыку и выдержки из интервью. Следует отметить, что видеоплатформа содержит большой инструментарий для работы с видеороликами, но мы выделяем только те инструменты, которые могут быть задействованы при создании МК, нарративно раскрывая его.

Прежде всего – это проработка профиля, которая заключается в⁴³:

1. Заполнении основной информации.

Контент-мейкеры МК часто поддерживают диалог с аудиторией, его можно наладить не только при помощи прямого контакта⁴⁴. Прежде всего зритель анализирует самого автора, читая информацию из шапки, описания под видео, а иногда, напрямую из личной информации. Авторы часто используют шапку профиля канала You-Tube для рекламы собственных услуг или курсов.

⁴² Канеман Д. Думай медленно... Решай быстро. - М.: Издательство АСТ, 2011. – С. 61.

⁴³ Тажетдинов Т., Морочковский Н. Как стать первым на YouTube. Секреты взрывной раскрутки. М.: Альпина Паблишер, 2010. С. 16.

⁴⁴ Шестерина, А. М. Жанровый аспект формирования экранного имиджа видеоблогера / А. М. Шестерина // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – № 1(35). – С. 140-146.

Помимо заполнения основной информации автор может прописать ключевые слова («теги»). Данные ключевые слова обычно связаны с сюжетом произведения.

2. Создании видеоматериала

Прирост аудитории часто заключается от качественного изображения и прописанного сценария. Данные инструкции содержат информацию о том, что необходимо сделать для привлечения подписчиков и для увеличения просмотров. По словам Тимура Тажетдинова необходимо задействовать следующие факторы или составляющие:⁴⁵

- *продуманное вступление* (видеобампер). В МК обычно показан автор, который выступает по большей мере в качестве рассказчика. Его задачей является заинтересовать зрителя в потребляемом контенте, наладить диалог. Авторы используют разговорный стиль речи, чтобы создать атмосферу доверительной беседы, также могут быть задействованы средства художественной выразительности (см. практическую часть).

- *призыв к действию или мотивационные советы*. Комфортная беседа предполагает то, что автор дает совет зрителю. Здесь автором используются обращения, риторические восклицания, повторы и вопросы, однако данный доверительный тон беседы «выключает» критическое мышление аудитории, позволяя сказочному нарративу влиять на восприятие окружающей действительности и выстраивать новую идеологию, транслируемую нарратором.

Мотивирующий контент, размещенный в TikTok, содержит менее качественный визуальный компонент.

Большую роль в таком контенте имеют хештеги. Данные ключевые слова отсылают зрителя к содержанию видеоролика, его нарративной составляющей.

Хэштеги имеют следующие функции:

- Инструмент раскрутки видеоролика.

⁴⁵ Тажетдинов Т., Морочковский Н. Как стать первым на YouTube. Секреты взрывной раскрутки. М.: Альпина Паблишер, 2010. С. 140-141.

- Тематическое деление видеороликов.
- Поиск по нишам.

Одним из наиболее важных инструментов хостинга является редактор контента. Как и сам контент, он непрофессиональный, но имеет обширный функционал, собранный из популярных приложений для редактирования видеороликов и фотографий. Он помогает усилить нарративную составляющую МК.

Функционал видеоредактора:

- Функция добавления текста. Пользователи могут добавить текст в свои видеоролики. При создании МК часто используются субтитры, которые помогают просматривать материал без звука. Данный пункт является наиболее важным, так как субтитры копируют лексику автора. В зависимости от длительности ролика авторы могут говорить, как используя средства выразительности, так и вовсе не используя их.
- Длительность видеороликов. Примечательно, что создатели МК выбирают часто трехминутные видеоролики, потому что не могут поместить историю борьбы с кризисом в меньшие временные рамки. Это помогает раскрыть нарратив, вложенный в медиаматериал. Чем дольше на экране зрителя будет транслироваться видеоролик, тем ярче будет речь автора, он сможет включить больший нарративный комплекс для донесения информации.
- «Разрешить комментарии, дуэты и сшивание⁴⁶» - функции, помогающие при продвижении МК. Комментарии можно отключить, но именно они помогают определить рецепцию зрителя на материал и на речь автора⁴⁷.

§2. Структурно-нарративный и психологический аспекты мотивирующего контента

Как уже отмечалось, мотивирующий контент (возможно МК) — это контент психологического характера, который можно встретить в интернете, основной его

⁴⁶ Готовцева А.Г., Карпов Э.С. Лингвосемиотические особенности текста в TikTok: «чужое слово» в новой мультимедийной реальности // *Litera*. 2021. № 4. С. 127-134.

⁴⁷ Шестерина А.М. 2022. Аудитория видеоблогов как криэйтор медиадискурса. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 41(4): С. 665.

задачей является мнимое моделирование поведения аудитории в критичные моменты жизни с целью продвижения курсов личностного роста. МК имеет свою композицию, выраженную определенной последовательностью нарративных матриц. Следует отметить, что главным героем МК часто является знаменитая личность, которая проходит через жизненные трудности, однако по итогу всегда добивается успеха. Такая история оказывает воздействие на зрителя, предлагая новую модель ролевого поведения⁴⁸.

Важно подчеркнуть, что структурно-нарративный аспект зависит и от психологического, так как воспроизведя нарративные матрицы волшебной сказки, зритель может получить удовлетворение от героизации главного героя, который преодолевает кризисную ситуацию.

Более подробно мотивирующий контент следует рассматривать исходя из структурного аспекта. Нарративные элементы, используемые при конструировании МК, восходят к базовым литературным и фольклорным сюжетам. Для того, чтобы более полно определить функции МК в данном аспекте нам необходимо обратиться к нарратологии.

Изменение сознания ученых происходит согласно изменению методологии при изучении определённых явлений действительности. В свое время к глобальным изменениям привел известных исследователей нарративный метод рассмотрения текста.

Опираясь на исследования Томашевского⁴⁹, фабулой мы можем считать некую совокупность событий, которые связи друг с другом посредством хронологии, именно об этих событиях сообщается в произведении. Фабуле противопоставляется сюжет: те же события, но в том порядке, в каком они сообщены в произведении, в той связи, в какой даны в произведении сообщения о них. Следует отметить, что практически в 100% мотивирующего контента

⁴⁸ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Сказочный нарратив в медиасреде: структура и функции (на примере мотивирующего контента YouTube) // *Litera*. 2023. № 3. С. 72.

⁴⁹ Томашевский Б. Теория литературы. Поэтика. Тематика. Сюжетное построение // *Philologos.narod*. URL: <https://philologos.narod.ru/tomash/tema2.htm> (дата обращения: 22.08.2022).

совпадает фабула и сюжет. Единицы, в которых данное совпадение не наблюдается, также рассмотрены нами в практической части работы.

Мы считаем, что сюжет необходим для раскрытия фабулы, для мотивированно выстроенного автором текста, изображений для дальнейшего полного отображения событий рассказа. В нашем исследовании мы обратимся к нарративным способам анализа текста. Среди них главным является метод декомпозиции нарративных матриц, который был разработан В. Я. Проппом при анализе сказочных сюжетов. Аналогичным образом мы рассмотрим и концепцию актантных моделей А. Греймаса, который в свое время сократил количество инвариантных единиц для более упрощенного анализа произведения. Мы считаем, что будет более уместно использовать метод Проппа, так как в нем проявляется способность точного выделения нарративных комплексов для понимания поведения главного героя МК.

Принципы анализа литературного произведения у В.Я. Проппа и его работа «Морфология волшебной сказки»

Функциональный анализ литературного произведения - метод, разработанный В.Я. Проппом в 1928 году. Именно начало структурно-семиотическому исследованию культуры было положено трудами советского фольклориста В.Я. Проппа. При помощи данного метода изучения волшебной сказки ему удалось обнаружить систему через выделение повторяющихся сюжетных мотивов и схем («Морфология сказки», 1928)⁵⁰.

Анализируя книгу «Морфология сказки», вышедшую первым изданием в 1928 году, мы можем сказать, что исследование В.Я. Проппа можно расценивать как классическое описание нарративной композиции и структуры волшебной сказки, отражение которой мы наблюдаем повсеместно в окружающем мире совре-

⁵⁰ Пропп В.Я. Морфология сказки. — Ленинград : Academia, 1928. — 152 с.

менного человека. Он видел, что в сюжете есть элементы постоянные, есть переменные, и пришел к выводу, что именно мотивы могут расцениваться как постоянные элементы. Данные структурные явления находятся как в медиасреде, так и в рекламном пространстве. В основу своего исследования он положил сборник «Русские сказки» Александра Николаевича Афанасьева (1957)⁵¹.

В рамках исследования под нарративом мы понимаем любой повествовательный сюжетный текст, очевидно, что основной его функцией является - информирование адресата о каких-либо событиях. Важным его отличием от описательных и объяснительных текстов является наличие сюжетной линии. Под сюжетом мы можем считать рефлексию автора над каким-либо текстовым событием для последующего изложения собеседнику. Именно в данном русле происходит «осюжечивание».

Одна из проблем, которая не раскрыта в работе В.Я. Проппа – игнорирование культурного контекста. Проблема в том, что Пропп не пытался связать свою работу, включающую морфологию текстов, с русской (или индоевропейской) культурой в целом. Игнорируя культурный план, ученый изучал лишь нарративные принципы. Мы же в данной работе рассматриваем мотивирующий контент не только на базе нарративного строения, но и исследуем культурные элементы общества (обозначено в других параграфах).

Однако для нас имеет большое значение именно шаблон В.Я Проппа, как предмет предложенного анализа декомпозиции материала. Мы утверждаем, что данный шаблон может иметь более широкое применение.

Становится очевидно, что для создания медиаматериала (в том числе и МК) искусственно необходимо изучить нижеприведенные блоки из морфологии Проппа и выборочно соединить их посредством сценария и фабулы.

Важное значение для нас имеет то, с чего начал изучение ученый, он создал классификацию типов сказок. Отметим, что мы опираемся на структуру волшебной сказки, которая в нашем исследовании приобретает особенный характер, так как на

⁵¹ Афанасьев А.Н. Народные русские сказки А.Н. Афанасьева. — М. : Наука, 1984. — 506 с.

ее основе построен мотивирующий контент.

«Справочная литература подчеркивает, что это сказка, генетически восходящая к разным источникам: к разложившемуся мифу, к магическим рассказам, к обрядам, книжным источникам и т.д.»⁵². Следует отметить, что бывают как женские, так и мужские волшебные сказки по герою, а также свадебные и авантюрные.

В развитии сказочного сюжета, как отмечает Пропп, необходимо учитывать строгую последовательность сценария, которая базируется на общем банке сюжетов и попадает в зависимость от главного героя (его представлений о судьбе, жизненном пути, понятии свободы). Сюда также можно отнести отношения главного героя с второстепенными персонажами, которые дают толчки в поворотных моментах как в положительную сторону развития, так и в отрицательную.

В ходе поисков инвариантных структур и сюжетных повторов В.Я. Пропп разработал понятие «функция». Данное понятие становится ключевым в дальнейшем его исследовании. Мы используем понятие «функция», однако в ходе работы могут быть задействованы контекстные синонимы: мотив, нарративы, инварианты, схемы и матрицы. Ученый отмечает, что функцией можно считать «поступок действующего лица, определяемый с точки зрения его значимости для хода действия»⁵³. К таким поступкам можно причислить важные поворотные моменты различных мировых сюжетов в ходе их развертывания. Интересным является то, что выделяемая в произведении функция не зависит от того, кто и как ее выполняет, она не зависит от персонажа и средства. Она является своего рода поворотной и неизменной нарративной матрицей.

Проанализировав концепцию В.Я. Проппа, мы обозначаем действия вышеописанных персонажей как инварианты (устойчивые элементы сказок, которые возникают в сюжетной сказочной линии независимо от того, кто их выполняет),

⁵² Никифоров А.И. Сказка // Фундаментальная электронная библиотека Русская литература и фольклор. URL: <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclop/lea/lea-7681.htm?cmd=p&istext=1> (дата обращения: 22.08.2022).

⁵³ Владимир Пропп. Морфология "волшебной" сказки // Lib.Ru: Библиотека Максима Мошкова URL: http://lib.ru/CULTURE/PROPP/morfologia.txt_with-big-pictures.html (дата обращения: 03.10.2022).

которые в целом образуют составные части сказок.

Из исследования понятно, что каждая функция имеет набор средств, а функции могут принимать различную форму. Например, «совет» («береги младшего братца» в некоторых сказках может расцениваться как «наказ» (не пить из лужицы), «просьба» (не ходить в лес, потому что еще мал) или «приказ» (взять с собой в лес младшего братца). Мы видим, что даже неизменяемые сюжетные блоки имеют варианты в своей интерпретации, поэтому анализ произведения можно производить как при более, так и при менее широком инструментарии.

Также следует отметить, что некоторые функции образуют бинарные оппозиции или пары: запрет–нарушение, выведывание–выдача сведений, борьба–победа, преследование–спасение и т.д. Однако в нашей работе бинарные оппозиции рассматриваются в тематическом контексте, оторванном от нарративных концепций.

Структурная модель Проппа основывается на следующих критериях:

1. Функционал персонажей изменяется вместе с применяемыми нарративами. Однако следует учитывать то, что инварианты остаются постоянными и устойчивыми элементами повествования.
2. Количество функций, известных сказке, ограничено.
3. Все сказки однотипны по своему строению. Об это мы также говорим и при анализе мотивирующего контента.
4. Действие всех сказок, вошедших в материал, развивается в пределах этих функций.
5. Одна функция вытекает из другой с логической и художественной необходимостью. Однако следует отметить, что автор МК вправе менять количество функций, переставлять их местами для большей проработки сюжета.
6. Ни одна функция не исключает другую.
7. Часто сказочное повествование следует одному и тому же порядку функций. Автор способен опускать некоторые функции, которые в сюжете не пригождаются.

Так как все волшебные сказки однотипны по своему строению, В.Я. Пропп

определили 31 функцию касательно действующих лиц сказок⁵⁴. Как было отмечено ранее, многие инвариантные функции делятся по блокам, мы будем соблюдать их для более детального и легкого анализа дальнейших нарративов.

1. Отлучка (часто используется в МК).

Пропп наделяет данную функцию различными смыслами. Мы наблюдаем ситуации, когда дом покидают родители главного героя, иногда на государство может надвигаться опасность, тогда царь отправляется на войну. МК содержит данную функцию, она выражена в отлучке семьи в рамках каких-либо военных действий на местности, часто на базе плохих социальных условий.

2. Запрет (редко используется в МК).

Рассматривая данную функцию, можно заметить, как данный запрет (расценивается как запрет, наказ, совет, наставление) дается родителем, царем (человеком), который в дальнейшем выполняет функцию «отлучка». Среди них отметим самые распространенные: «...не покидайте двор», «не заходи в чулан», «сведи за братом» и т.п. Мы обозначим ее более кратко: «Герою адресован запрет». Отметим, что данная матрица часто встречается в МК, она отражена в нарушении запрета покидать дом главному герою медиапроизведения.

3. Нарушение запрета (часто можно встретить в МК).

Данная морфема производит подготовку читателя к наступлению неизбежной беды. Беда, в свою очередь, связана с тем, что персонаж, которому дан запрет на что-то, этот запрет нарушает. Главные герои МК активно нарушают запрет для того, чтобы добиться реализации своей личности. Они уезжают в другой город/стран в поисках успеха.

Далее мы рассмотрим следующий блок, который В.Я. Пропп характеризует как «умышленное нанесение вреда герою»:

4. Разведка антагониста (выведывание) (редко используется в МК).

⁵⁴ Наговицын А.Е., Пономарева В.И. Сказкотерапия: теория и практика. Типология сказки. — М. : Генезис, 2011. — С. 45.

Данная функция активно используется в ролике о Джоан Роулинг. Пропп характеризует данную функцию как определённый ряд действий, направленный на конечное знание характеристик о главном герое произведения, о конечной точке собственного путешествия (пророчество), о давно разыскиваемых сокровищах. Мы обозначим данную функцию как «Антагонист делает попытку разведки».

5. Выдача сведений (редко используется в МК).

Если предыдущая морфема рассчитана на то, что антагонист предпринимает попытку, то данная функция предполагает уже получение желаемой отрицательным героем информации. Персонаж получает информацию о местонахождении предметов или узнает «кто на свете всех милее». Здесь возникает побудительный мотив отнять то, что не принадлежит ему (красота, сокровища и т.п.). Мы обозначим данную функцию как «Злодей получает информацию о своей жертве».

6. Подвох (редко используется в МК).

Достаточно редкая функция и в сказке, и в МК. Она подразумевает то, что антагонист произведения принимает чужой облик, он также может подражать кому-либо, кто входит в круг доверия главного героя. Ярким примером может послужить сказка «Красная Шапочка», сюжет которой предполагает перевоплощение волка в бабушку. Краткое обозначение «Антагонист пытается обмануть свою жертву, чтобы завладеть ею или ее имуществом».

7. Пособничество (редко используется в МК).

Данный инвариант иногда используется в МК, он указывает на то, как главный герой медиапроизведения поддается обману со стороны, обычно возникает в начале пути.

8. Вредительство (недостача) (часто используется в МК).

Данная инвариантная функция является одной из важнейших в произведении. Именно с ее помощью создается дальнейшее движение сюжетной линии. В случае недостачи главному герою необходимо или он хочет иметь какой-либо навык, предмет для дальнейшего функционирования. Пропп характеризует ее как нанесение врагом ущерба одному из членов семьи. Восьмая морфема также может

выступать под следующим смыслом: члену семьи чего-то не хватает или чего-то хочется. Ее можно часто встретить в мотивирующем контенте.

Именно вышеописанные функции являются подготовительной базой для развития дальнейшего сюжета. Если в первом блоке функций главный герой попадает в беду благодаря нарушению запрета, самостоятельно, то в второй блок описывает ситуации, где судьбой главного героя движет злой рок, судьба или другие сюжетные особенности, в данном случае он невиновен.

Его судьба и личность являются основополагающими решающими факторами данной проблемы.

Характерной чертой следующего блока функций является смена локации главного героя. Именно данный перечень инвариантов необходим для введения главного героя в сюжет как основного персонажа. Используя нижеприведенный перечень морфем, авторы произведения раскрывают читателю минусы ГГ, от которых ему необходимо избавиться для преодоления кризисной ситуации. Его начинающееся путешествие сродни обряду инициации, только он способен устранить возникшую проблему, поэтому второстепенные персонажи отправляют ГГ в путешествие, на поиски.

9. Посредничество (редко используется в МК).

Функция, которая практически не используется при построении МК и предполагает информирование героя о происках антагониста произведения. Ключевым здесь является введение в сказку героя. Его отправляют в путешествие, на поиски. Его либо отпускают, либо отсылают (приказывают).

10. Начинающееся противодействие (практически всегда используется в МК).

Это одна из важных функций в МК. Характеризуется в изъятии главного героя отправить в путешествие.

11. Отправка (практически всегда используется в МК).

Данная инвариантная функция предполагает начало активных сюжетных действий. В МК часто возникает как начало пути главного героя. Здесь мы можем заметить то, что герой отправляется в путешествие, он покидает дом. Важно, что

Пропп характеризует данную отправку как «временную отлучку». Очевидно то, что данное путешествие приведет главного героя к трансформации.

12. Первая функция дарителя (практически всегда используется в МК).

Активно используется в МК. Предполагает то, ГГ готовится к знакомству с волшебным дарителем или к получению волшебного средства для продолжения своего путешествия. Мы обозначаем данную функцию как: герой испытывается, допрашивается, подвергается нападению и т. д., что подготавливает его к получению либо волшебного средства, либо помощника.

13. Реакция героя на действия будущего дарителя (практически всегда используется в МК).

Герой реагирует на действия будущего дарителя. Пропп отмечает, что «в большинстве случаев реакция может быть положительной или отрицательной», герой либо выдерживает данное испытание, либо не выдерживает. В мотивирующем контенте часто указывает на связь между главным героем (актером, певцом) с продюсером или режиссером.

14. Получение волшебного средства (практически всегда используется в МК).

Часто возникает в МК. Герою предоставляется волшебное средство или шанс. Отметим, что снабжение волшебным средством является одним из важнейших моментов в сюжете, потому что у героя появляются новые способности. И возможности, он приобретает новые навыки для достижения конечного результата. Происходит первичный рост героя, начинается его трансформация.

15. Перемещение в иное царство (практически всегда используется в МК).

В мотивирующем контенте часто указывает на то, как главные герой получает первичную славу и начинает активно функционировать в социуме. В классическом понимании героя ведут к местонахождению объекта поиска. Мы также раскрываем мотивацию и уровень желания ГГ в достижении цели. Данный прием также раскрывает читателю положительные качества и недостатки, которые необходимо проработать в дальнейшем. В данном случае главный герой переносится в нужное ему место нахождения искомого предмета.

С кульминацией произведения Пропп связывает следующе блок инвариантных функций, отметим их:

16. Борьба (практически всегда используется в МК).

Самый частый инвариант в МК. Главный герой часто может бороться за блага, славу, чаще может вступать в конфронтацию с обстоятельствами. Здесь автор произведения использует бинарные оппозиции и самый распространённый подход в сюжетосложении - борьбу добра и зла. Читателю открывается сцена сражения антагониста сказки с главным героем. Часто такая борьба проходит в физической ипостаси, исключительные случаи - интеллектуальная борьба (роман Джоан Роулинг «Гарри Поттер и философский камень»⁵⁵; сцена с игрой в волшебные шахматы). В этом случае главному герою чаще всего помогает волшебный помощник, который решает невозможные для главного героя задачи.

17. Клеймение (часто используется в МК).

Иногда используется в МК, клеймение оценивается чаще с положительной точки зрения, отражает получение героем наград за его успехи. Происходит клеймение героя, где появляется обозначение на его теле, волшебном предмете. В роли пометки могут быть как царапины, боевые раны после сражения. Следует отметить, что эта функция уходит корнями в древние обычаи, где было целесообразно наносить на тело различные татуировки, обозначающие достижения героя, его статус, важные победы.

18. Победа – самая распространенная функция в МК. Предполагает успех главного героя в достижении цели. В классическом понимании Пропп отмечает, что данная функция несет двойной смысл, так как победа над антагонистом истории может сопровождаться природными явлениями (землетрясение, которое разрушает царство злодея, наводнение, извержение вулкана). Также природные явления могут нести положительные изменения (тучи рассеиваются, природа оживает), в таком случае оповещение о победе над врагом получают все персонажи произведения

⁵⁵ Гарри Поттер и философский камень / Дж. К. Ролинг ; пер. с англ. И. В. Оранского. – М. : РО-СМЭН, 2002. – 399 с.

сразу.

Следующие две функции являются завершающими элементами сказки:

19. Ликвидация беды или недостачи (практически не используется в МК).

Данную морфем мы можем охарактеризовать как «Первоначальная беда или недостаток ликвидированы». Предполагается, что она необходима для разгрузки истории после окончания борьбы добра и зла.

20. Возвращение (практически используется в МК).

Пока все персонажи возвращаются на свои первоначальные позиции, главный персонаж произведения возвращается домой, отметим, что его прибытие воспринимается уже по-другому, он является спасителем. Являясь изменившейся личностью, к нему меняется отношение горожан, родителей и высокопоставленных лиц.

Двадцатая функция, как правило, является завершающей, после ее появления история заканчивается. В.Я. Пропп в своей работе отметил, что некоторые сказки могут включать в себя дополнительные инварианты для того, чтобы сюжет был представлен в расширенном виде. Сюжетное пространство является достаточно узким, если пользоваться только вышеприведенными морфемами, поэтому мы рассмотрим остальные функции, приведенные ученым в работе «Морфология волшебной сказки»:

21. Погоня (не используется в МК).

Такой сценарный ход используется для отображения динамического стороны сюжета, он предполагает, что главного героя преследуют. Отметим, что ГГ необходимо от этой погони оторваться, потому что она выступает как очередное испытание для проверки героизма персонажа. Важным здесь выступают волшебные помощники, которые помогают избавиться от преследования и подтвердить необходимые для дальнейшего путешествия способности ГГ.

22. Спасение. (не используется в МК).

Прямое продолжение 21 функции. Главный герой обязательно должен спа-

стись от погони, при этом он обретает большое количество полезных навыков, которые помогут ему в победе над антагонистом. Волшебные персонажи также «требуют» от испытуемого (иногда в назидательной форме) мужества, находчивости и умения камуфлироваться.

Иногда 22 функция является заключительной, финала сказки, однако существуют еще инвариантные функции, которые В.Я. Пропп выделил для продолжения сюжетной линии:

23. Неузнанное прибытие. (редко используется в МК).

Мы обозначим данную морфему как «Неузнанный герой, который прибывает домой или в другую страну». Иногда изменения главного персонажа бывают не только внутренними, но и внешними. Такими приёмами пользуются создатели детских мультфильмов, где перед ГГ предстает такой очередной «квест». Персонажу необходимо пройти определённый путь, чтобы получить новые навыки. Сказочные сюжеты предполагают, что здесь могут помочь поступление на службу царю или ремесленнику.

24. Необоснованные притязания (практически не используется в МК).

Еще одним испытанием может выступить данная функция, которая рассматривает случаи, где лжегерой (как правило это родственники, генералы и братья) выдает себя за добытчика и победителя. Таким образом, главный герой сталкивается с новым вызовом, который закрепляет его предыдущие достижения.

25. Трудная задача. (иногда используется в МК вместо функции борьба).

Связана данная функция чаще с тем, что главный герой мотивирующего контента должен решить, по его мнению, неразрешимую задачу. В классическом понимании функция предлагает главному герою еще одно испытание.

26. Решение (иногда используется в МК вместо функции победа).

Ученый обозначает данную морфему как решение возникшей у главного героя проблемы.

27. Узнавание.

Часто используется в МК, указывая на то, как главный герой работает на протяжении своего жизненного пути. Герой произведения узнаваем. Также для данного события подходит демонстрация волшебного предмета, который находится в почете у других героев сказки. Аналогичным образом ГГ могут узнать после решения проблемы, например, вследствие долгой разлуки.

28. Обличение.

Постоянная матрица в МК. Она рассматривается нами как предыстория, которая привела к финалу произведения. Обычно в обличении рассказывается о тяжелом детстве главного героя, о негативных взаимоотношениях в семье и о мечтах. В классическом понимании функция переносит из конца в начало для рассказа мини-сказки, которая включает в себя предысторию. Обличение также выступает в качестве песни победителей, или повествования об истории какому-либо третьему лицу.

Вышеописанные инвариантные позиции отображают дополнительные черты сказок, которые приводят главного героя к главному результату собственного развития в рамках сложившейся ситуации. Они позволяют получить право на воцарение после пережитых испытаний или после совершенного подвига. Именно данные морфемы производят фиксацию новой социальной иерархии в произведении: главный герой получает все, а антагонист произведения поражен, теряет нажитое.

Авторы книги «Сказкотерапия: теория и практика»⁵⁶ авторами А.Е. Наговицыным и В.И. Пономарева отмечают, что главным героем произведения нередко выступала женщина. Момент ее признания семантически отображался через рукоделие. Девушки была рукодельницей, занималась ткачеством, и именно так ее признавали как героиню, относя ее деятельность к управлению магией.

Заключительные функции являются для произведения необязательными, так как все основное действие закончилось ранее, однако они помогают читателю понять, что в сказке существуют определенные приемы для ее завершения. В свою

⁵⁶ Наговицын А.Е., Пономарева В.И. Сказкотерапия: теория и практика. Типология сказки. — М. : Генезис, 2011. — С. 76.

очередь, для мотивирующего контента описанные мотивы являются одними из самых важных, они присутствуют практически в каждом видеоролике.

29. Трансфигурация. Наиболее часто возникающая функция в МК.

Заключается в преображении главного героя после пройденных испытаний. Определенные манипуляции могут улучшить как внешний облик ГГ, излечив его от шрамов и увечий, так и преобразовать его одежду и повседневную жизнь, улучшив тем самым качество. Трансфигурация является обязательным фактором в преображении персонажа, именно так остальные герои начинают отличать его по подвигам.

30. Наказание. Не встречается в МК.

Лжегерой, антагонист второго хода наказывается. Его изгоняют, либо убивают. Иногда ему даруют великодушное прощение, и он начинает жизнь с чистого листа: помогает обществу.

31. Свадьба, воцарение как функция. Наиболее часто возникающая функция в МК.

В мотивирующем контенте данная функция часто обозначена как «воцарение», реже, если это история о любви, как «свадьба». Главные герои, пройдя тяжелый путь, получают место среди плеяды знаменитостей, ученых и предпринимателей. Последняя инвариантная функция проведения показывает читателю то, что есть счастливый конец сказки.

В совокупности функции наказания и воцарения имеют семантику избавления от зла нового, строящегося посредством свадьбы мира, в котором все будет подчинено новым «положительным» правилам и законам благодаря приходу к власти протагониста сказки.

Принципы анализа литературного произведения у Альгирдаса Греймаса и его работа «Структурная семантика: поиск метода»

После важнейшего открытия морфем Владимиром Яковлевичем Проппом, его работой заинтересовались другие литературоведы и филологи. В данном параграфе мы рассмотрим модифицированную и обобщенную версию морфем вышеописанного фольклориста и семиотика В.Я. Проппа. Данные инварианты преобразовал в более краткую и емкую систему А.Ж. Греймас и назвал ее актантной схемой.

В парижской семиотической школе Альгирдас Греймас является основоположником разбора нарративной составляющей у произведений. Под нарративом ученый воспринимал любой повествовательный текст, целью которого является информировать адресата о событиях.

«Нарратив в отличие от других типов речевого действия обладает определенной спецификой. Во всех определениях нарратива прямо или косвенно отмечается изменение состояния персонажа и/или ситуации в конце повествования по сравнению с его началом»⁵⁷. Иначе говоря, мы подмечаем динамику состояний персонажа. Такие состояния часто отслеживаются в любом сюжетном повествовании. Например, в мотивирующем контенте начальная точка главного героя заключается в отсутствии навыков, приводящих к воцарению, однако в конце медиапроизведения мы видим обратное.

Альгирдас Греймас в ходе анализа инвариантных конструкций русского фольклориста пришел к выводу о том, что их необходимо сократить до 20. Он посчитал, что целесообразно оставить следующие морфемы:

Отлучка -Запрет vs нарушение-Выведывание vs выдача-Разочарование vs повиновение-Предательство vs нехватка-Предписание vs решение героя; отправление-Отправление-Назначение испытания vs противостояние испытанию-Получение вспомогательного средства-Пространственное перемещение-Битва vs победа-Метка-

⁵⁷ Евстигнеева Н.В. Оберемко О.А. Модели анализа нарратива // Южно-российский журнал социальных наук. — 2007. — №. 4. — С. 97.

Ликвидация нехватки-Возвращение-Преследование vs избавление-Прибытие инкогнито-Определение задачи vs успех-Узнавание-Изобличение предателя vs обнаружение героя-Наказание vs свадьба.

Исходя из вышеописанного списка функций, Греймас обнаружил, что многие функции Проппа можно объединить в одну. В данном вопросе он был солидарен с К. Леви-Строссом, рассказывая о том, что морфема «запрет» в своем семантическом значении равна негативной трансформации приказа, то есть его нарушению.

В своей работе «Структурная семантика»⁵⁸ он объединил парные пропповские функции и получил сначала 20 вышеописанных функций, а затем он заметил, что сразу четыре функции Проппа можно объединить в одну. Таким образом ученый минимизирует список до 5 основных морфем, называя свою работу «Актантной системой», где персонаж является актантом. Греймас в своей работе отмечает, что текст можно закодировать благодаря пяти функциям:

- Заключение договора

Морфема, которая включает в себя большой перечень пропповских функций, которые имеют семантику заключения договора в значении похода в запретное место, наказа от более влиятельного человека или родственника. Именно заключение договора, по мнению ученого, дает толчок к развитию сюжетного повествования. Читатель, анализируя произведение по Греймасу, может увидеть данную функцию абсолютно в любом тексте с нарративным повествованием.

- Борьба

Включает в себя большой перечень функций, которые были описаны В.Я. Проппом, однако мы понимаем, что Пропп описывал борьбу по-разному, используя различные морфемы, переходящие из одной в другую. Следует отметить, что данная функция была расширена Греймасом, она включает любой вид борьбы в произведении. Здесь мы рассматриваем данную функцию как противостояние и победу).

⁵⁸ Греймас А.-Ж. Структурная семантика: поиск метода. — М. : Академический проект, 2004. — С. 283.

- Коммуникация

Коммуникативная составляющая в произведении необходима для достижения главным героем определённых целей, для развития сюжета и развитие самого персонажа. Без коммуникации персонаж не сможет наладить связь с помощниками, переместиться в иное царство для борьбы. Информация, которой владеет главный герой, может быть как передана, так и получена извне.

- Присутствие

Данная функция указывает читателю на существование противостояния, на то, что существует определённое количество испытаний, через которые главному герою необходимо пройти. Очевидно, что присутствие персонажей на своих позициях необходимо для правильного разворачивания сюжетного повествования.

- Быстрое перемещение

Включает в себя перемещение главного героя между локациями. В основном содержит в себе значение морфемы «перемещение в иное царство», где главный герой вынужден переместиться в место борьбы с негативным персонажем.

Для нашего исследования вышеобозначенная нарративная матрица может представлять интерес, однако ее мы будем расценивать как вспомогательную, так как она не способная отразить мотивацию персонажа при некоторых поступках.

Аналогичным образом Альгирдас Греймас формирует и список персонажей (актантов), которые участвуют в произведении. Колоссальным отличием является то, что Пропп отводит своим персонажам роли, когда Греймас обобщает роль актанта в сюжете.

Среди выделяются две схемы⁵⁹: Адресант - Субъект - Адресат | Помощник - Субъект – Противник.

⁵⁹ Евграфова, Ю. А. Нарративность видеотекстов сети Интернет: актантная схема / Ю. А. Евграфова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. – 2020. – № 9. – С. 154.

Модель Греймаса работает таким образом, что Адресант инициирует событие, а Адресат получает от события выгоду. Противник замедляет событие или мешает развитию сюжетной линии, противостоя субъекту или конкурируя с ним за объект. Помощник приближает событие, помогая субъекту.

Актантная схема по Греймасу содержит определенное количество ролей в одной большой функции. Актантом же является сам персонаж литературного произведения. Данные роли берут на себя в произведении персонажи, которые могут в себе заключать неограниченное количество функций, как по В.Я. Проппу (прим.: только даритель, или только волшебный помощник), а сразу несколько дифференцированных ролей. Именно данная особенность системы помогает литераторам анализировать нарративные тексты быстрее. Дифференцированность ролей позволяет определить основную функцию героя в произведении, когда анализ по Проппу занимает гораздо больше времени из-за большого количества участвующих в произведении актантов

По мнению А. Греймаса каждый актант привносит в произведение собственную тематическую наполненность, то есть имеет посыл, который в произведение будет развиваться. Среди таких тематических аспектов присутствуют как обычные (базовые потребности, которые необходимо удовлетворить, так и социальные, перечислим их⁶⁰:

1. Любовь (сексуальная, семейная, дружеская, любовь может включать благоговение или заботу о ком-то, возможность взять ответственность за кого-то на себя). В качестве примера можно отметить необходимость опеки над младшим братом, которого похищают силы зла. Основным посылом произведения становится поиск родственника, за которым необходимо было следить и опекать.

2. Политический или религиозный фанатизм. Возникает возможность конфликта в сказке на почве фанатизма. Необходимость в завоевании новых территорий для удержания власти.

⁶⁰ Греймас А.-Ж. Структурная семантика: поиск метода. — М. : Академический проект, 2004. — С. 262.

3. Корыстолюбие, алчность, жажда богатства, роскоши, удовольствий, славы, власти, блеска, почестей. Персонажи данного аркана обычно показаны в негативном формате, в качестве антагонистов.

4. Зависть и ревность. Ярким примером является сказка и все последующие экранизации «Белоснежки», где антагонист завидует внешности главного персонажа.

5. Ненависть, жажда мести. Обычно такой тематический посыл можно наблюдать у антагонистов сказки. Те самые противники, которые замедляют необходимые для развития сюжета события, они мешают благодаря своей основной цели - мщению.

6. Любознательность (жизненная или метафизическая). Выступает стартом для события. В сказках любознательность «до добра не доводит», персонаж попадает в ловушку, его необходимо вызволять. Редко, но именно любознательность (метафизическая) способна спасти, эрудированный персонаж может решить загадку.

7. Патриотизм. Персонаж ради своего государства готов отправиться на сражение с антагонистом.

8. Желание трудиться, обнаружение собственного призвания в труде на пользу. Труд персонажа может найти отклик в разных сферах производства (научная, религиозная, призвание путешественника, призвание к военной или политической деятельности).

9. Потребность в отдыхе, свободе, избавлении от тягот, в приюте. Возникает как у пожилых персонажей сказки, которые уходят далеко от цивилизации и развивают собственное хозяйство, так и у молодых персонажей-сирот, которым необходимо почувствовать признание.

10. Жажда иного, дальнего. Данная тематическая составляющая хорошо отображается в мультипликационных фильмах компании Disney, персонажи данных произведений проводят большую часть своего времени в мечтаниях о больших свершениях и о своем предназначении в мире.

11. Потребность в активности, стремление проявить себя, участие в действии. Потребность проявить себя часто отображается в русских сказках, где сыновья приходят на помощь царю-батюшке. Они вынуждены совершить какое-то действие для закрепления собственного авторитета в лице своего отца.

12. Жажда жизни, самореализации. Возникает у персонажей, которые находились в ограничении всю свою жизнь (в рабстве, негативный опыт опеки над ребенком).

13. Одержимость безднами зла или искушениями. Проявляется у антагонистов сказки, над которыми стоит еще большая сила, руководящая сила. Обычно антагонист является промежуточным звеном со своей собственной историей неудачи, историей того, как им завладела данная сущность/сила.

14. Страхи. Страхи могут быть выражены абсолютно разными способами, однако самыми распространенными страхами являются: боязнь смерти, угрызения совести, боязнь боли или невзгод, боязнь болезни, утраты любви, скуки, страх утраты близких людей или потусторонней силы.

В рамках исследования тематически подходят только 8 и 11 пункты.

Таким образом А. Греймас наделяет персонажей нарративных произведений различными чертами, которые помогают продвигать сюжет. Отметим, что вышеобозначенные «тематические силы» являются проблемами, из-за которых повествование разворачивается, начинает развиваться.

Актанты, которые имеют данные тематические силы также могут быть разными. Ученый, проанализировав концепцию В.А. Проппа, создал собственную, в нее он включил шесть актантов⁶¹:

1. Отправитель - актант, который в произведении заключает в себе сразу несколько функций. Он может выступать в качестве дарителя, донатора. В качестве дарителя он выступает как персонаж, который помогает главному герою увели-

⁶¹ Греймас А.-Ж. Структурная семантика: поиск метода. — М. : Академический проект, 2004. — С. 256.

чить собственные возможности через обряд инициации. В качестве донатора персонаж выступает в роли автора или рассказчика, который начинает повествование, он является донором мысли для зрителя. Под донором мысли дарителя подразумевается объект, который направляет читателя (зрителя) по сюжетной составляющей произведения. Именно донора включает в работу воображение аудитории и заставляет ее думать определённым образом.

2. Объект — в литературе и фольклористике означает все то, что является предметом желания главного субъекта, нередко сюда автор также причисляет понятие «цели». К такому разряду подходят понятия волшебный объект, обретение помощников и победа над антагонистом. В свою очередь антагонисты также имеют целевую направленность в произведении (от завоевания мира до мщения).

3. Получатель (или «бенефициарий») — актант, который извлекает для себя выгоду из деятельности главного субъекта рассказа (отправителя). Персонаж, который проходит через данную часть сюжетного повествования, испытывает на себе улучшение, которое в дальнейшем приведет его к конечной цели (объекту).

4. Помощник — определенный пласт персонажей, которые на протяжении сюжетного повествования приходят на помощь главному персонажу, вступают с ним в союз. Обычно, опираясь на инварианты, мы замечаем, что союз с помощником образуется после завоевания его доверия.

5. Субъект — совокупность функций рассказа, которая объединяет в себе все атрибуты и действия главного персонажа, включая стремление получить желаемый объект или достижение необходимой цели.

6. Противник («антагонист») — класс персонажей, явлений, персонифицированных сил, которые противостоят главному субъекту рассказа.

Исходя из вышеописанного, мы можем сказать, что любой персонаж произведения по А.Ж. Греймасу является совокупностью дифференцированных функций в зависимости от ситуационного положения. Мы рассматриваем нарративную концепцию А. Греймаса как вспомогательную по отношению к основной.

Принципы анализа литературного произведения у Юрия Михайловича Лотмана и его работа «Структура художественного текста»

Юрий Михайлович Лотман отразил свои взгляды в русле Тартуско-московской школы, где он и был руководителем. В данном сообществе именно искусство (в широком понимании понятия) рассматривалось как знаковая система, где произведения искусства считались художественным текстом, построенным по законам данной системы.

Под влиянием идей М. Бахтина и французского лингвиста Э. Бенвениста было проведено четкое деление естественного языка и других моделирующих систем (данные взгляды включали в себя идеи о том, что существует различие между лингвистическими системами, в которых знаки делились на отдельные части (морфемы, фонемы и т.д.)⁶². Поэтому Лотман отводил важное место анализу именно всех видов искусства, включая киноискусство, живопись, к которым, как правило, методы структурной лингвистики не применимы.

Известно, что художественный текст - структура, элементы которой на всех уровнях языка несут смысловую нагрузку⁶³. Именно художественный текст стал центральным понятием Тартуско-московской школы, а его анализ позволил рассматривать структуру как систему, которая подчиняется универсальным структурным законам.

Каждый элемент системы связан с элементами, находящимися на более низком уровне. Таким образом Лотман вывел три языковых уровня: фонетический, морфологический и синтаксический; три стиховых уровня: фоника, метрика, строфика, два содержательных уровня: сюжетно-композиционный (включает в себя фабулу, сюжет, время и пространство) и мировоззренческий (располагается над текстом и повествует о контекстном отношении автора к данной ситуации). Важно отметить, что так как мы рассматриваем МК с позиции идей В.Я. Проппа, то идея

⁶² Осипова Н.О. Структурно-семиотический подход как аспект методологии гуманитарного знания // Культурологический журнал. — 2011. — №. 3(5). — С. 7. (дата обращения: 02.11.2022).

⁶³ Осипова Н.О. Структурно-семиотический подход как аспект методологии гуманитарного знания // Культурологический журнал. — 2011. — №. 3(5). — С. 8. (дата обращения: 02.11.2022).

Лотмана находит свое отражение в нашем исследовании с позиции мировоззренческого аспекта. Мы замечаем, что изучение текста по Лотману предполагает изучение философских, нравственных аспектов произведения, анализ отдельных литературных элементов.

Интересным является то, что знаковую природу текста Лотман проецировал и на другие формы культуры - образование, искусство, повседневная жизнь. Такие выводы были сделаны из-за того, что по его мнению культура является коллективной памятью (мнемоническая составляющая). Нам близки данные взгляды, потому мотивирующий контент мы рассматриваем как социокультурный феномен. По его мнению, тексты могут передаваться по различным каналам связи и создаваться кем угодно. Текстом может выступать все что угодно, от новостной заметки до поведения человека, его жизни, поэтому вся культура является текстоморфной. Она представляет набор информации, где вся информация связана с внетекстовыми (внешними) факторами. Таким образом, мотивирующий контент напрямую связан с позицией ученого в рамках концепции передачи информации и жизнью как зрителя, так и самого автора медиапроизведения.

В работе «Юрий Лотман о тексте: идеи, проблемы, перспективы»⁶⁴ армянский ученый и общественный деятель Сурен Золян отмечает, что существует пять основных ключевых пунктов лотмановской концепции:

1. Прагматические факторы и критерии выделения текста.

Ученый считает, что у Лотмана существует разграничение между текстом и не-текстом, которое основано исключительно на социокультурных критериях. При этом лингвистический или семантический аспекты не рассматриваются как главный фактор. Золян полагает, что данная теория текста отображает данный фактор в рамках рассмотрения речевых актов, языковых игр и перформативов.

2. Лотман считает, что текст может выступать как многоязычный мультисемантический объект. Его идея предполагает порождение текста при помощи как

⁶⁴ Золян С.Т. Юрий Лотман о тексте: идеи, проблемы, перспективы // Новое литературное обозрение. — 2016. — №. 3. — С. 64-65.

минимум двух разных народных языков, который в дальнейшем имеет черту множественной интерпретации. Данная позиция очевидно применима к мотивирующему контенту, так как множество каналов с МК имеют как оригинальный канал (зарубежный), так и канал для русскоговорящей аудитории с официальным переводом. Многомерность текста является главным фактором данной идеи. Отсюда трактовка информативной части может быть изменена в рамках культурной составляющей читающего народа. Вклад традиционных ценностей и гибкость информационной составляющей помогает усваивать сложную (или далекую) от культурного кода систему, однако когда ее видоизменяют, добавляя знакомые элементы или примеры, то ее считывание проходит гораздо успешнее.

Еще одной триадой можно назвать следующие элементы, которые также взаимодействуют между собой. Текстопорождение-коммуникация-интерпретация - вторая ступень семиотики. Создание текстов является первой ступенью, которая в дальнейшем не сможет существовать без интерпретации. Каждый читатель является своего рода интерпретатором текста. Благодаря аудитории, которая анализирует текстовую составляющую и коммуницирует между собой посредством различных каналов, мы наблюдаем развитие первого элемента данной триады. Следует отметить, что данный пункт применим не только к писательской среде, он применим к культуре в целом. Заметив, что (по Лотману) культура включает в себя многие элементы, мы можем проецировать его идеи как на киносреду, так и на контент видеоблогеров.

3. Лотман также считывал текст как комплексное отношение (функция в тематическом смысле) четырех переменных.

Ученый выделяет четыре позиции:

Текст в узком смысле слова (рассматривается как знаковая композиция, строго структурированная по отношению к жанру подачи. Данная идея предполагает рассмотрению любой текстовой единицы, независимо от ее происхождения: новостная заметка, литературное произведение, рекламное объявление и т.п.).

Адресат (читатель, подписчик, зритель). Элемент читательской разобщенности понятен, потому что в его качестве выступает любой одушевленный объект, которые способен осмысленно проанализировать информацию, предоставленную в тексте. Примечательно, что адресат рассматривает как человек, которому необходимо взаимодействовать с текстом в его узком смысле слова. А сам текст можно обнаружить как на любом бумажном носителе, так и в медиасреде.

Контекст. Рассматривается в рамках восприимчивости читателем той или иной информации. Контекстная информация может носить абсолютно разный характер. Данный пункт включает в себя все: от места, где текст обнаружен, до условий, в который текст был прочитан.

Язык. Имеется ввиду знаковая система, в рамках которой текст представлен.

Рассмотрев концепцию Ю. Лотмана, мы можем отметить ее целостность. Однако для дальнейшего исследования в рамках данной исследовательской работы, мы можем выделить только несколько теорий, потому что именно они подходят в рамках анализа контента авторов МК.

Таким образом, можно выделить подходящую в исследовании концепцию:

Вторая концепция рассматривает контент как мультикультурный элемент общества. В рамках свободы интернета можно изучать среду, которая содержит не только русскоязычные публикации. В рамках нашего исследования мы рассматриваем адаптированные психологические каналы на видеоплатформе You-Tube, они заранее переведены или содержат субтитры. Зарубежные каналы содержат много информации, которая еще не адаптирована или культурно не подходит для русскоговорящего зрителя. Многие блогеры производят работу над таким контентом, чтобы русскоязычной стороне You-Tube появились такие видеоролики.

Психологический контент, в свою очередь, содержит большую возможность обратной связи, так как затрагивает самые разные стороны человеческой жизни.

Еще одна концепция может быть спроецирована как на текст блогера, так и на его работу в рамках видеоролика или фотографии. Пост в социальной сети в рамках авторской деятельности имеет подвижный характер. Имеется ввиду, что

всегда присутствует возможность редактирования, диалога в рамках культурной ситуации. Как уже было отмечено «текст-интеллект-культура» представляют собой различные аспекты одного и того же явления. Любой пост в социальных сетях может быть оценен с разных сторон. С интеллектуальной точки зрения (насколько правдива и профессиональна информация контент-мейкера о том или ином явлении в жизни), с культурной точки зрения (насколько данная идея вписывается в культурные рамки а будет ли она актуальна у потенциального зрителя), текст (насколько он лингвистически правильно построен, понятен, подбор языковых средств для выражения мысли, выбор языка, стиля и типа речи). В совокупности данная триада как раз и отображает работу автора МК с материалом, проработку сценария и общение с потенциальным зрителем. Оценка дальнейшей реакции публики и ее взаимодействие с материалом также учитывается.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Юрий Лотман в рамках собственной идеологии выстроил алгоритмы анализа не только текста, культурного текста, но и в том числе медиапроизведений в целом. Данные процессы можно заметить в работе ученого «Семиотика сцены»⁶⁵. Лотман говорит о том, что данная черта является различных систем является диалогичной, что можно определить по следующим оппозициям:

Текст и аудитория;

Сценическое действие и зритель;

Книга и зритель;

Экран и зритель;

Особенность данных сфер заключается в их сложности. Только театральная требует присутствия в реальном времени и зрителя, и самого актера. Актеры находятся в образе на протяжении всего действия на сцене, в то время как фильмы снимают частями с перерывами. Книга в данном формате играет роль непрерывно ра-

⁶⁵ Лотман Ю.М. - Статьи по семиотике культуры и искусства // Платонанет. URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/filosofija_jazyka/lotman_ju_m_stati_po_semiotike_kultury_i_iskusstva/32-1-0-515 (дата обращения: 06.09.2022).

ботающего воображения читателя, что указывает на пресонифицированность изображаемых элементов. В нашем исследовании МК либо заранее спланирован, либо имеет возможность дальнейшего редактирования.

Хоть ученый говорит, что театральность является более сложным элементом, чем кинематографичность, мы утверждаем, что его методы применимы не только к искусству, но и к деятельности в медиасреде, к блогерам, которые являются лицами, воздействующими на людей, а следовательно и на культуру.

Принципы структурного метода у Клода Леви-Стросса и его работы «Структурная антропология» и «Первобытное мышление»

Структурный метод успешно использовался К. Леви-Строссом в своих работах. Основные труды, которые принесли ему мировую известность - «Структурная антропология»⁶⁶ (1958) и «Первобытное мышление»⁶⁷ (1962). В свою очередь ученый изучал не только антропологические взаимоотношения, но и мифологическое мышление. На основе его данных можно провести параллель с тем, как мифы создаются в современном мире в феноменах массовой коммуникации (моде, журналистике, деятельности блогеров). Из-за теоретичности главы объектом анализа в данном параграфе является не столько материал (контент), сколько сама форма мысли как обоснованного метода.

Особую роль ученый отводит бинарным оппозициям, которые имеют простую форму для осмысления первобытными племенами. Именно бинарная система заимствована нами для исследования МК, так как она помогает человеку осмыслить материал при легком уровне анализа. Например, все типы обществ подчиняются одним и тем же бинарным оппозициям. Отсюда можем сделать вывод о том,

⁶⁶ Леви-Стросс К. Структурная антропология // Платонанет. URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/antropologija/levi_stros_strukturnaja_antropologija_2001/5-1-0-1021 (дата обращения: 30.09.2022).

⁶⁷ Леви-Стросс К. Первобытное мышление // Платонанет. URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/antropologija/klod_levi_stross_pervobytnoe_myshlenie_1994/5-1-0-2812 (дата обращения: 30.09.2022).

что во всех социальных формах деятельности лежат одни и те же схемы и структуры, а понять отдельные элементы можно только в общем контексте. Проецируя его идею на современное общество, можно утверждать, что поведение людей в рамках их семейной жизни заложено длительной трансформацией мифологического мышления в современное (прим. Свадебные ритуалы поменяли свою направленность и имеют формальный характер). Однако психологическая составляющая (работа с психологическим контентом, направленным на семейные взаимоотношения) гораздо сложнее, так как мифологичность здесь трансформирована под современные социальные рамки.

Следует отметить, ученый рассматривает мифы как акты речи, в которых функционирует язык. Отсюда появляется понятие мифемы - фундаментальные единицы мифов⁶⁸.

Колоссальная разница между традиционным мифологическим мышлением и совершенной трансформированной формой связано с логикой, о которой не имеет смысла говорить в рамках первобытного общества. Дологичный характер мышления тех времен говорит о том, миф является инструментом первобытной логики и мышления, потому что фокусирует внимание не на самом повествовании, а на отдельных единицах отношений в символическом значении (бинарные оппозиции лишь помогают расшифровывать данные единицы).

Методология, выведенная в свет время учены включает в себя следующие шаги:

Прежде всего ученый вычленяет бинарные оппозиции. В данном случае рассматриваются не базовое основание мифа, а небольшие повествовательные элементы. Такими элементами могут включать оппозиции по типу высокий/низкий, холодный/теплый, сырой/готовый. Именно такие оппозиции и появляются в МК (прим. бедность/богатство, популярность/непопулярность, успех/неудача). Однако

⁶⁸ Клюкина Л.А. Мифема и мифологема: практики использования понятия в современной отечественной философии культуры // Международный журнал исследований культуры. — 2018. — №. 4. — С. 197.

следует отметить, что бинарные оппозиции МК сложнее, чем те, которые связаны с первичными потребностями. Они отвечают социальным потребностям личности.

Таким образом выстраиваются новые и новые мифологические системы. По его мнению миф может быть объяснен как полностью, так и частично. При изучении бинарных оппозиций мы приходим к выводу о том, что человеческое мышление, сталкиваясь с кризисной ситуацией, не всегда может логически выстраивать верные пути ее разрешения. Для дальнейшей нормализации работы мышления привлекается МК в качестве особой психологической помощи, которая способна показать на чужом примере способы выходы из кризиса. Так происходит образование бинарных оппозиций у современного человека. В их основу входит фундаментальная оппозиция удача/неудача в жизни. Тематическая направленность контента как раз и показывает бинарные оппозиции (свадьба/развод, увольнение/устройство на новую работу и т.д.).

Реализация данной схемы в нашем исследовании покажет, что автор МК собирает собственный контент из подручных средств: биографий успешных людей, собственного опыта, отрывков интервью и фотографий. Техника помогает заменить у зрителя мифологическое мышление на логическое, показывая на примере бинарных оппозиций примеры более серьезного подхода к возникшему кризису.

В психологическом аспекте мотивирующий контент помогает проходить зрителю через субъектное эмоциональное изменение. Данный прием, являясь психолого-терапевтическим, помогает образовывать своеобразные сценарные решения различных кризисных ситуаций. Безусловно, он является временным и не претендует на место профессиональной терапевтической помощи, однако эта временная способность, помогающая заменить ее, указывает на необходимость академического анализа.

Психологические категории, исследуемые в данной работе, необходимы для более точного понимания рецепции МК потенциального зрителя. В особенности они указывают на то, какие стороны личности вступают в конфликт при смене

ролевой модели поведения. Именно мотивирующий контент, работая с данными категориями, создает начальную траекторию и предопределяет психическое развитие человека в рамках его борьбы с кризисной ситуацией. Таким образом, мы рассматриваем такие базовые понятия как мотивация, кризис, инициатива, жизненный путь, жизненная позиция, смысл жизни, психическое развитие.

Наблюдая за существенными изменениями в сознании современного человека, следует отметить, что медиатизация окружающей среды служит рычагом для трансформации базовых возможностей общения, труда и может создавать определенные предпосылки к психологическому кризису. Также модернизируются и уже выстроенные экономическая, образовательная сферы, которые могут в отдаленной перспективе иметь стабильную системную безопасность, но в тех или иных формах еще не окрепли и подвержены сбоям.

Это связывает личность с тем, что масштабные глубинные изменения связаны не только с внутренним, но и с внешним миром. Скорость социальных изменений становится настолько высокой, что стресс неопределенности превышает личностную или групповую адаптацию в несколько раз. Соответственно, сталкиваясь с быстрой сменяемостью общественных ролей (работа, семья и т.п.) и информационным перенасыщением, человек не успевает совершать конструирование и обращается к медиа как к помощнику для самоконструирования личности. Отставание от быстро сменяющейся жизни связывает людей с концепцией личности как субъекта жизненного пути, что приводит к нескольким понятиям, фигурирующим в МК:

Жизненный путь⁶⁹ - динамика, интенсивность и содержательность жизни человека, преобразующиеся в активную событийную логику действительности. По словам Абульхановой К.А. жизненный путь человека может разделяться на несколько плоскостей: временная и личностная. Временная плоскость зависит от взросления и цикла (детство, подростковый возраст, юность, молодость и

⁶⁹ Абульханова К.А. Психология и сознание личности // Педагогическая библиотека. URL: <https://pedlib.ru> (дата обращения: 20.04.2022).

зрелость). Личностная плоскость связана с насильным внедрением в жизнь человека той или иной ролевой модели, когда стоит острая необходимость в изменениях и проработке кризисной ситуации в срочном порядке (прим. смена социальной плоскости школа-институт).

Следует отметить, что социальная активность личности зависит от характера полученных в ходе жизненного пути социальных ролей. Она напрямую связана с успешностью и самоощущением. Является помогающим началом жизненной позиции.

Активность в мотивирующем контенте имеет менее абстрактное воплощение в жизни человека и воспринимается понятием «инициатива»⁷⁰ - свободная и отвечающая потребностям субъекта форма самовыражения. Инициативой в МК можно считать побудительный аспект в деятельности. Формирование собственных пожеланий у человека выступает основой для расстановки приоритетов сюжета МК. Личность рассматривает свою жизнь с позиций достижений и провалов. Тогда именно инициатива проявляется в нарративных матрицах структурного аспекта МК.

Парной категорией к инициативе добавляется ответственность, которая выступает личностным механизмом реализации задуманного. Таким образом, ответственность гарантирует достижение результата своими силами, при самостоятельно созданными уровнями сложности и ограниченными сроками.⁷¹

Следующая важная категория, которую рассматривает Абульханова К.А. жизненная позиция⁷² - совокупность возможностей личности, потенциал развития социальных ролей и преодоления кризисных ситуаций. Данная позиция мы рассматривает в работе как оценочный способ жизни личности. Благодаря жизненно позиции в МК рассматривают способы достижения необходимых главному герою целей. Жизненная позиция человека ярко проявляется в сюжете

⁷⁰ Абульханова К.А. Психология и сознание личности // Педагогическая библиотека. URL: <https://pedlib.ru> (дата обращения: 20.04.2022).

⁷¹ Там же

⁷² Абульханова К.А. Психология и сознание личности // Педагогическая библиотека. URL: <https://pedlib.ru> (дата обращения: 20.04.2022).

мотивирующего контента. Именно она помогает проанализировать дальнейший план действий как главного героя в сюжете, так и зрителя, просматривающего МК.

Таким образом, личность на протяжении своего существования сталкивается с качеством собственной социальной детерминацией, которая в случае застойного характера приводит к кризису личности.

Следует отметить, что кризисные ситуации рассматриваются в экзистенциальном направлении психологии. Выбранные нами обозначения кризисов коррелируют с тематическими направлениями мотивирующего контента.

В данном исследовании мы обозначаем кризис ⁷³ как – «изображение «возможности» и «опасности», где именно опасность несет в себе оттенок чрезвычайности, угрозы и необходимости в действии ⁷⁴. Именно опасность потенцирует поиск выхода из кризисной ситуации, и часто это сопряжено с выходом человека на новый уровень развития, а, следовательно, на новый уровень понимания и новый уровень возможностей преодоления кризисной ситуации».

Тогда психологическим кризисом является состояние низкого уровня активности, в котором составляющие этого свойства становятся неадекватными для достижения целей, вследствие чего возникают проблемы и непредсказуемые ситуация с их достижением.

Реципиент, находясь в кризисной ситуации, имеет возможность разрешения ее при помощи профессиональных психологических услуг, однако медиатизация привела к тому, что интернет предлагает альтернативы, имеющие массовый характер.

Выступая в качестве проводника, контент-мейкеры генерируют на глобальных медиаплатформах мотивирующий контент, который, по их мнению, способен помочь человеку обойтись без психологической консультации. Контент данного характера действительно имеет тематику, которая раскрывает массовое понятие того или иного кризиса личности.

⁷³Магомедшарипова Е.Д. Личностные кризисы // Мировая наука. — 2019. — №. 5(26). — С. 456.

⁷⁴Кадыржанова Ж.Е. Экзистенциальный кризис зрелого возраста и пути его преодоления // Вестник науки и образования. — 2018. — №. 17(53). — С. 72.

Так как личность является системой представлений об окружающем мире, о себе, то изменение этого порядка, удаление либо прибавление ролей приводит человека в вышеописанное состояние, которое не завершится пока ролевая система не восстановится или не трансформируется в более совершенную и психологически комфортную схему поведения.

В психологии принято выделять следующие виды кризисов⁷⁵:

*Экзистенциальный кризис*⁷⁶ – отрезок жизни, когда подвергаются сомнению и пересмотру все жизненные опоры.

Ситуативный кризис – неожиданное, либо незапланированное событие, которое может выбить человека из привычной модели ролевого поведения.

Ситуативные или событийные кризисы бывают нескольких типов:

Потеря - включает разрыв отношений или смерть близкого человека. Такой подвид связан с насильным изъятием ролевой модели поведения, которая активно участвовала в построении жизненного пути.

Ролевая замена - в отличие от потери, здесь вне зависимости от желаний и целей человека происходит замена одной ролевой модели на другую. Обычно эти модели поведения критически отличаются друг от друга, что не позволяет личности развивать жизненный путь в привычном темпе. Сюда причисляют инвалидность, потерю трудоспособности, арест и т.п.

Возрастные кризисы или кризисы развития – связаны с временной действительностью жизненного пути человека. Возникает в ходе статусных изменений личности, которые напрямую зависят от сменяемости возрастных ролей. Преобразования, которые случаются с реципиентом происходят, как правило, на основании накопленного и переработанного жизненного опыта⁷⁷.

Такой кризис тоже имеет несколько подвидов:

⁷⁵Кадыржанова Ж.Е. Экзистенциальный кризис зрелого возраста и пути его преодоления // Вестник науки и образования. — 2018. — №. 17(53). — С. 72.

⁷⁶Духновский С.В. Переживание психологического кризиса и ситуационные реакции личности // Вестник Курганского государственного университета. — 2014. — №. 1. — С. 79.

⁷⁷Грязнова Е.В., Мухина Т.В., Левашова А.М. Возрастной кризис: к вопросу об определении // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2019. — №. 4(38). — С. 24.

Сознательная модернизация личности. Данный подвид связан с самостоятельно созданными ситуациями, где человек в ходе запланированного события получает новую ролевую модель поведения, либо стремится к ней. Примером может выступать получение образования, сознательная беременность, создание собственного бизнеса.

Возрастные кризисы (пубертатный период, период самоопределения, кризис среднего возраста и старости) – их появление предопределено самим процессом жизни.

Материальные и духовные кризисы, где материальные связаны исключительно с событиями, охватывающими общественную жизнь человека. Они способны привести к нарушению привычной повседневности. Духовные кризисы связаны с постижением человеком смысла жизни.

Следует отметить, что по мнению П. В. Симонова, человеческий мозг с помощью эмоций способен осознавать необходимую потребность для человека.

Среди потребностей он отмечает следующие⁷⁸: витальные, зоосоциальные, потребности в саморазвитии. Психолог отмечает, что в зависимости от эмоционального напряжения и от величины потребности (мотивации) можно говорить о вероятности достижения цели.

В свою очередь Данилова Н.Н. и Крылова А.Л. выделяют следующие виды потребностей: биологические, социальные и потребности в познании творчества.⁷⁹

В контексте мотивирующего контента идеи П.В. Симонова коррелируют с понятием смысл жизни⁸⁰, который мы понимаем как способ обобщения и целеполагания, лежащий в основе жизненного пути человека. Как правило, смысл жизни напрямую связан с жизненным путем человека. Он определяет вектор активности и воздействует на качество прожитых дней. Именно смысл жизни

⁷⁸ Симонов П.В. Лекции о работе головного мозга // Качественное управление изменениями. URL: <http://ibcm.biz/Лекции%20о%20работе%20головного%20мозга%20П%20В%20Симонов.pdf> (дата обращения: 15.05.2022).

⁷⁹ Данилова Н.Н., Крылова А.Л. Физиология высшей нервной деятельности // Педагогическая библиотека. URL: https://pedlib.ru/Books/1/0150/1_0150-180.shtml (дата обращения: 15.05.2022).

⁸⁰ Куприна О.А. Концептуальное обоснование феномена смысла жизни в отечественной психологии // Вестник университета. — 2014. — №. 1. — С. 254-257.

необходимо подпитывать мотивирующим контентом, потому что он является изменчивой субстанцией, способной поменять вектор жизненной линии человека.

Полнота жизни человека должна быть отображена в условиях жизни. Требования общества во взаимодействии с человеческой активностью выступают результатом соотнесения потребностей личности с общественной необходимостью.

Важность выделенной категории «смысл жизни» неоспорима, например З. Фрейд⁸¹ определял смысл жизни программой принципа наслаждения, гуманистический психолог А. Маслоу как самоактуализацию человека и реализацию его способностей и возможностей во внешней деятельности.

Отметим, что смысл жизни напрямую связан с мотивационной составляющей человека. Во-первых, смысл жизни необходим личности для того, чтобы жить, то есть он представляет собой источник энергии и эмоций. Так как этот источник энергии и эмоций обращен в будущее, то перспектива и качество резко увеличиваются, потому что человек способен рассчитывать на большие цели. «П. В. Симонов показывает, что необходимым условием подкрепления является не действие подкрепляющего раздражителя (санкционирующей афферентации), а действие положительных эмоций при наличии мотивации»⁸². В современном обществе наличие смысла способно предрекать большое будущее, а его отсутствие посредственность и одинаковость с другими. Проводя аналогию, мы можем утверждать, что любой источник эмоций должен иметь периодическую «зарядку», поэтому человеку необходима мотивация.

Отметим, что следует отличать вышеописанную мотивацию от мотивации, которая связана с первичными потребностями человека (голод, сон, продолжение рода).

⁸¹Лотова И.П. Понятие «Смысл жизни»: сущностно-содержательная характеристика // Евразийский Союз Ученых. — 2015. — №. 8. — С. 11.

⁸²Симонов П.В. Информационная теория эмоций // Институт математики им. С.Л. Соболева. URL: http://old.math.nsc.ru/AP/ScientificDiscovery/pages/Chapter_9_84.htm (дата обращения: 13.08.2022).

В книге американского психолога Абрахама Маслоу «Мотивация и личность», приведен порядок, определяющий уровень потребностей от низших (физиологических) до высших (социальных)⁸³:

1. Автор отметил, что высшая потребность является более поздней с точки зрения эволюции. Чем выше уровень потребности, тем больше она характерна именно для человека. Во многом здесь задействован фактор социализации личности. Если проводить параллель со смыслами жизни, они также делятся на более ранние и более поздние. Некоторые возникли в процессе создания социума, а некоторые были заложены еще в биологическую программу человека.
2. Все физиологические потребности даны человеку от рождения, высшие же он приобретает при взрослении, когда возникает необходимость избирать смысл жизни личности.
3. А. Маслоу отмечает, что для существования на уровне высших потребностей необходимо иметь высокую биологическую продуктивность, которая приходит, согласно Выготскому, на пике перехода от периода подросткового к периоду старения.
4. Удовлетворение высших потребностей является более желательным исходом для личности, так как оно ведет к безмятежности и богатству внутренней жизни.
5. Для зарождения высших потребностей необходимы более благоприятные внешние условия.
6. Исполнение высших потребностей сродни самоактуализации.⁸⁴
7. Низшие потребности являются физически осязаемыми: голод, жажда.

Однако, вышеописанные «вторичные или культурные влечения»⁸⁵ как правило рассматриваются отдельно от влечений базовых (физиологических). Такие

⁸³Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. СПб.: Питер, 2012. С. 109.

⁸⁴Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. СПб.: Питер, 2012. С. 109.

⁸⁵Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. СПб.: Питер, 2012. С. 164.

потребности считаются более обычными (прим. утоление голода), они также подкреплены мотивационной составляющей.

Тогда мы можем назвать мотивационное состояние особым состоянием человеческого организма. Оно выражается как в биологических аспектах, так и в социальных. Однако следует отметить, что физиологические потребности утоляются одним типом мотивации (зависят от исключительности), а общественные связаны с другим видом мотивации, которая способна дать движение в преодолении кризисов.

Абрахам Маслоу в книге «Мотивация и личность» отметил конечные состояния личности при достижении целей⁸⁶:

- Физическое удовлетворение.
- Ощущение безопасности, отсутствие угрозы окружающего мира.
- Обретение дома посредством причисления себя к кругу победителей, отождествление себя с успешными членами группы.
- Восприятие себя как объекта, достойного любви.
- Ощущение полноты собственной самореализации, сознание чувства собственного достоинства, успеха.
- Совершенствование системы ценностей.
- Изменение уровня стремлений.

Вышеобозначенные состояния вызывают положительные эмоции у человека, что связывает их с утверждениями П. В. Симонова в работе «Информационная теория эмоций»⁸⁷:

- При недостатке информации для достижения цели человек испытывает негативные эмоции (тревога, страх, напряжение).
- Эмоции способствуют поиску новой информации для достижения цели.
- Эмоциональный отклик возникает тогда, когда присутствует сильная

⁸⁶Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. СПб.: Питер, 2012. С. 112.

⁸⁷ Симонов П.В. Информационная теория эмоций // Институт математики им. С.Л. Соболева. URL: http://old.math.nsc.ru/AP/ScientificDiscovery/pages/Chapter_9_84.htm (дата обращения: 13.08.2022).

мотивация.

- Чем сильнее будет мотивация, тем активнее будут действия человека.
- Положительные эмоции могут влиять на организм так, что даже после достижения поставленной цели, человек продолжает работать.
- Мотивация часто прорабатывает идею избегания негативных эмоций.

Исходя из вышесказанного, мы можем утверждать, что мотивирующий контент направлен на проработку кризисов личности. Соответственно заряд мотивации, который он может дать для дальнейшей работы, имеет характер удовлетворения потребностей человека при достижении цели.

Помимо вышеописанного, человек способен рассматривать свое прошлое с позиции жизненного смысла, оценивать его, используя аспекты «прожитая зря - прожитая не зря жизнь». Массой положительных эмоций человека наделяет совпадение его ожиданий со смыслом, достигнутый идеал в сравнении обеспечивает положительной мотивацией для достижения глобальных целей. Отсутствие смысла жизни приводит человека к утрате в повседневной заинтересованности и застою.

Следует отметить, что выделяется множество классификаций, приводящих к разнообразию смыслов жизни. Следует отметить, что в данной исследовательской работе мы обратимся к следующей классификации смыслов жизни, которые активно функционируют в тематической составляющей мотивирующего контента⁸⁸:

Первая группа напрямую связана с угрозой физическому здоровью человека.

К ним относятся витальные:

- Материальный смысл - жизнь ради богатства (денег). Он также относится к физическому здоровью человека, потому что основан на животном инстинкте запаса.

⁸⁸Дружинин В.Н. Психология способностей. Современное состояние и перспективы исследований. — М. : Институт психологии РАН, 2015. — 243 с.

- Жизнь ради регресса. Включает в себя приятное времяпрепровождение, постоянные развлечения и безделье.

Следующая группа «Социальные смыслы», которая заключается в социальном самоутверждении человека через различные общественные взаимодействия.

- Жизнь ради любви (на базе полового инстинкта). Позиция заключена в оценке качества и количества сексуальной любви. Это классический смысл жизни по З. Фрейду.

В данном случае упор в любовных отношениях централизуется на личности и в идеал ставится полная гармония и взаимопонимание между партнерами. Данный смысл жизни часто фигурирует в мотивирующем контенте, он обусловлен желанием построить не только семью, но и крепкие отношения.

- Наиболее характерным примером смысла жизни в эпоху медиатизации общества выступает жизнь ради власти или карьеры. Он отчетливо проявляется в мотивирующем контенте. В основе его лежит иерархический инстинкт, который определяет сильных и слабых с позиции общества личностей. В.Н. Дружинин рассматривает данный сценарный подход как «жизнь ради достижения». Здесь он вводит термин «психология победителя», который подразумевает культ человека, выбравшего дорогу успеха.
- Одна из разновидностей вышеописанного смысла – это жизнь ради профессионального мастерства (также активно рассматривается в МК). В таком формате карьерный рост является ограниченным фактором, движение по социальной лестнице невозможно, а влияние человека оценивается по его профессиональному совершенствованию.

Последней группой смыслов являются идеальные⁸⁹. Они направлены на духовную сторону человеческого развития. Они реже всего представлены в мотивирующем контенте.

⁸⁹ Дружинин В.Н. Психология способностей. Современное состояние и перспективы исследований. — М. : Институт психологии РАН, 2015. — С. 36.

- Жизнь ради искусства и творчества. Такой смысл жизни можно заметить среди главных героев МК, обычно это актеры, певцы и танцоры. Это еще один смысл жизни, который связан с духовной частью развития личности. Он основан на инстинкте подражания.

Исходя из вышеописанного, можно утверждать, что человек за выбор собственного смысла жизни несет ответственность прежде всего для себя. Этот выбор может рассматриваться как гарантия достижения результата, через преодоление трудностей. Предположительно личность учится овладевать ситуацией, такое процесс продолжается на протяжении жизненного пути (как личностного, так и временного).

Психическое развитие в рамках рассмотрения МК

Опираясь на работы Л.С. Выготского⁹⁰, мы можем утверждать, что именно психическое развитие может рассматриваться как процесс изменений, который может происходить с человеком при усвоении им социального опыта. Социальный опыт может выступать здесь не только как сменяемость ролей, но также может иметь культурные предпосылки. По мнению Л.С. Выготского, «перестройка потребностей и побуждений, переоценка ценностей есть основной момент при переходе от возраста к возрасту».⁹¹ Он утверждает, что оформление личности происходит не только во время сменяемости ролей, которые касаются социальных аспектов (работы и т.п), но и согласно возрасту человека. Именно в моменты взросления, как отмечает И.С. Кон⁹², встает вопрос о вышеизложенных смыслах жизни, поскольку наступает момент открытия своего «Я», что и транслирует МК.

Автор выделяет всего два возрастных периода: подростковый и старение. Здесь совокупность прибывающих жизненных сил для поиска смысла жизни, для

⁹⁰ Выготский Л.С. Собрание сочинений в шести томах. — М. : Педагогика, 1982. — 488 с.

⁹¹ Абдулгалимова С.А. Основные психологические концепции смысла жизни // Вестник Социально-педагогического института. — 2011. — №. 1. — С. 1.

⁹² Кон И.С. Возраст и возрастные категории. Психология возрастных кризисов: Хрестоматия / Сост. К.В. Сельченко. Минск, 2000. С. 36–99.

рассмотрения новых возможностей находится в пиковой точке. По мере старения, личность теряет накопленные ресурсы. Укороченная «биологическая перспектива» затрудняет работу со смыслом жизни, человек сталкивается с кризисной ситуацией, которую необходимо устранить.

Итоги первой главы:

Подводя итоги первой главы, отметим:

1. Нарративная составляющая в первую очередь зависит от медиасоставляющей. Так как медиа из-за своего инструментария конструируют сюжет, автор выбирает необходимое количество нарративных блоков волшебной сказки.
2. Нарратор (для большей убедительности) подбирает такие нарративные элементы, которые только позитивно подчеркивают высказывания и подтверждают правдивость рассказчика.
3. Также для большей убедительности автором используется доверительный тон беседы со зрителем (особенно на платформе You-Tube). В ходе повествования значимые высказывания выделяются интонационно и при помощи различных текстовых инструментов «Если вам важно казаться умным и достойным доверия, не используйте сложные слова в случаях, где достаточно простых. Дэнни Оппенхаймер, мой коллега из Принстона, развеял бытующий среди студентов миф о том, что обширный словарный запас нравится преподавателям. В статье «Последствия употребления научного жаргона без учета необходимости: проблемы при необоснованном использовании длинных слов» он показал, что облечение знакомых мыслей в претенциозные слова считается признаком низкого интеллекта и малой достоверности информации»⁹³.
4. Отсюда и меняется и речь автора. Это происходит из-за формата публикуемого материала. Чем материал длиннее по временным границам, тем насы-

⁹³ Канеман Д. Думай медленно... Решай быстро. - М.: Издательство АСТ, 2011. – С. 47.

щенной становится речь автора. Помимо использования средств художественной выразительности, создатели МК транслируют мотивационные советы и налаживают коммуникацию при помощи приема доверительной беседы, построенной на разговорном стиле речи.

5. Из-за такого формата общения у человека снижается критическое восприятие, а нарратор начинает выполнять роль наставника, желающего помочь в разрешении сложившегося кризиса.
6. Платформа You-Tube в данном исследовании выступает как негативный пропагандист, способный конструировать модель поведения зрительской аудитории. Такие возможности приобретаются за счет давно знакомого человеку нарратива волшебной сказки, способного простыми словами объяснить сложные процессы. Отметим, что в рамках сложившейся общественно-политической обстановки в мире такое влияние может привести не только к разрушению личности, но и к изменению восприятия социума.
7. Мотивирующий контент маскируется под часть психологического контента в медиaprостранстве, однако на платформе You-Tube он направлен на монетизацию блогерской деятельности по продаже курсов и книг для улучшения качества жизни.
8. Мотивирующий контент как социальное явление имеет три стороны своего проявления: психологическую, материально-технологическую и структурно-нарративную.
9. МК является массовым продуктом и претендует на замену профессиональной психологической помощи.
10. Исходя из этого, МК не может приносить пользу из-за отсутствия персонификации материала, он лишь раскрывает возможные сценарные действия, которые могут не подойти реципиенту.
11. Мотивирующий контент как социальное явление появился в начале 21 века и начал свое формирование с приходом глобальных медиаплатформ. Он также появился благодаря расширению понятия «сторителлинг».

12. Мотивирующий контент связан с такими психологическими понятиями как «жизненный путь», «смысл жизни», «мотивация», «потребности» и «эмоции».
13. МК также связан с социальной стороной жизни человека, он претендует на проработку только тех кризисов, от которых напрямую зависит положение человека в обществе.
14. Следовательно, личность действует не только исходя из собственных интересов, но и на основе обращенных к ней общественных требований. Мотивация в совокупности со смыслом жизни выступает как гарант достижения результатов, а мотивирующий контент в данном случае является помощником в поддержании данного состояния.
15. В материальном аспекте контент-мейкеры используют только те инструменты, которые
- во-первых, придают материалу более серьезный оттенок.
 - во-вторых, помогают нарративно раскрыть материал.
 - в-третьих, создают более спокойную атмосферу для восприятия информации (музыка, визуальная сторона контента).
16. Рассматривая структурный аспект мотивирующего контента, мы выделяем основные положения, необходимые для дальнейшего исследования:
- В основе исследования сюжетной составляющей мы адаптируем идеи В. Проппа и А. Греймаса. Так как идейная составляющая принадлежит фольклористу Владимиру Проппу, мы считаем, что его структуризация волшебной сказки в точности соответствует МК. Его инвариантная система стала базой для исследования. Работа Альгирдаса Греймаса, отражающая использование актантной системы и построенная на основе идей Проппа, необходима для вспомогательного анализа предлагаемой модели поведения. Ее уместность позволяет более подробно рассмотреть мотивирующий контент.
 - Основой для исследования социально-культурной составляющей мотивирующего контента будет являться методика Юрия Лотмана.

Во-первых, нами было признано, что рассмотрение контента как мультикультурного элемента не менее важно. Западные традиции, которые находят отражение в жизни российских читателей и зрителей показывают высокую адаптированность зарубежного МК, однако он МК способен стать инструментом трансформации идеологии зрительской аудитории, что особенно негативно в периоды напряженной социально-политической обстановки в обществе. Следует понимать то, какая работа стоит перед автором перед публикацией контента, насколько он трансформирует перенятые из зарубежных медиапроизведений культурные принципы.

В-вторых, концепция Лотмана помогает проанализировать данный контент с позиции трех сторон: интеллекта (правильность и профессиональность информации), культуры (насколько данный контент адаптирован под реалии общества) и текста (лингвистически правильное строение, в котором отсутствуют ошибки).

- Основой исследования анализа МК зрителями выступает идея К. Леви-Стросса о мифологическом мышлении человека. Данная идея показывает принципы обращения человека к МК. В рамках исследования будет проведен анализ бинарных оппозиций, которые находятся в МК. Обозначенный способ покажет какие кризисные ситуации чаще всего возникают у населения. Мы сможем вычленим как базисные бинарные оппозиции, которые отобразят массовость проблемы, так и отдельные бинарные единицы, способные показать более узкие социальные запросы. Такой подход помогает авторам особенно You-Tube каналов нарратизировать мышление человека для восприятия сложных личных и общественных процессов, что воспринимается нами негативно.

Глава 2. Мотивирующий контент видеоплатформы You-Tube в структурном, психологическом и материально-технологическом аспектах

§1. Методика исследования мотивирующего контента на платформах You-tube и TikTok

В практической части данной исследовательской работы в соответствии со структурно-функциональным принципом, обозначенным во введении, мотивирующий контент рассматривается как феномен, моделирующий поведение личности в кризисной ситуации. Предполагается, что нарративная часть мотивирующего контента напрямую зависит от психологического и материально-технологического аспекта. При этом психологический аспект показывает необходимость использования матриц волшебной сказки для отображения героизации персонажа, его возможности пройти через кризисную ситуацию. Именно таким образом нарратор пытается внедрить в мышление зрительской аудитории сказочный нарратив и заставить воспринимать реальную жизнь через призму сказочных сюжетов, показать, что путем мотивационных советов возможен сразу положительный выход из проблемной ситуации. Такой подход необходим для монетизации собственных взглядов, а для зрителя чреват типизацией мышления. Также нарративная форма МК определяется использованием автором различных медиа: на разных платформах, как мы покажем далее, количество сюжетных матриц будет различаться. Это доказывает, что форма МК напрямую зависит от того, на какой платформе он «функционирует». Так, медиааспект моделирует как использование тех или иных нарративных матрицы, так и речь автора видеоролика.

Нами было принято решение выстроить исследование на основе следующих идей:

- Идея В.Я. Проппа стала центральной в исследовании мотивирующего контента. Работа с нарративными матрицами, которые присутствуют в МК, нужна для выявления необходимого количества нарративов, которые нужны для построения медиапроизведения данного характера. Мы утверждаем, что для грамотного донесения информации в МК нужны следующие функции:

обличение, начинающееся противодействие, отправка, функция волшебного дарителя (иногда), борьба, победа, трансфигурация и воцарение. Вышеобозначенные нарративы показывают преодоление кризисной ситуации героем произведения. Данный подход способен донести до зрительской аудитории иллюзорную идею того, что кризис решаем даже при самых неблагоприятных исходах ситуации.

- Второстепенной в исследовании является актантная система А. Греймаса. Она необходима для более детального рассмотрения взаимоотношений между героями произведения. Она помогает рассмотреть итог кризисной ситуации, предлагаемый автором МК. Предполагается, что из-за деперсонализации аудитории советы автора произведения могут быть поверхностными, а их влияние может оказать негативное влияние на жизнь человека.
- Идея Ю.М. Лотмана раскрывает мультикультурность мотивирующего контента. Мы утверждаем, что независимо от территориальной принадлежности главного героя, его происхождения и национальности, мотивирующий контент адаптивен к российскому интернет-сообществу. Некоторые из проанализированных каналов имеют как англоязычную версию, так и отдельный аккаунт для русскоговорящей аудитории. Команды блогеров переводят видеоролики, дополняя их отсылками к российской культуре, что позволяет нарраторам манипулировать зрительской аудиторией, выстраивая новые идеологические точки зрения. Идеи Ю. Лотмана также позволили рассмотреть мотивирующий контент с позиции интеллекта (правильность донесения информации, речь автора), культуры (насколько вписывается формат определенного видеоролика в российскую культуру) и текста (структурная организация медиапроизведения, отсутствие ошибок в материале, легкость при обработке информации).
- Мы также выделяем в исследовании средства художественной выразительности, способные привести аудитории в состояние готовности к

изменениям. Определяем стиль речи.

- Следует обратить внимание на идею К. Леви-Стросса о мифологическом мышлении человека. Именно в рамках данной концепции зритель обращается к мотивирующему контенту. Мы утверждаем, что вычленение бинарных оппозиций из МК раскрывает, во-первых, тематический ряд произведений такого характера, во-вторых, отражает степень распространенности данной кризисной ситуации среди зрительской аудитории, в-третьих, показывает соотнесенность мотивирующего контента с социальной стороной жизни личности. Среди бинарных оппозиций можно заметить: успех/неудача (присутствует практически во всех материалах), легкая жизнь/трудная жизнь (показывает то, насколько стартовые возможности персонажа могут влиять на желание добиться успеха), свадьба/развод (часто данная оппозиция распространена в материалах любовного характера), популярность/непопулярность (встречается у знаменитых персонажей, которые стараются добиться успеха в собственной сфере деятельности), богатство/бедность (наиболее важная оппозиция среди российского населения. Данная тема вызывает большое количество обсуждений в комментариях).

На основе вышеприведенных идей мы предлагаем следующую парадигму исследования:

Определение

1. Ключевых бинарных оппозиций МК. Следует отметить, что наиболее обсуждаемые в комментариях оппозиции мы выделяем курсивом.
2. Структурно нарративной составляющей медиапроизведения (анализ нарративных матриц с цитатами из МК);
3. Концептуализации сюжета (последовательность нарративных матриц).
4. Языковых средств мотивационности в нарративном содержании материала.
5. Стиля речи.

Мы ставим перед собой цель проанализировать 60 материалов, которые отвечают параметрам мотивирующего контента, чтобы доказать одинаковость в структурном аспекте, рецепцию зрителя.

Следует отметить, что мы разделили практическое исследование на две главы, так как необходимо рассматривать TikTok в отрыве от видеороликов, представленных на YouTube. Мы руководствуемся тем, что для создания коротких видеороликов и материалов авторам приходится сокращать набор нарративных матриц, чтобы уложиться в ограниченное время. Следовательно, в таких материалах остаются только необходимые для повествования элементы.

Особенности анализа видеоплатформы YouTube:

В исследовании вышеобозначенной платформы мы рассматриваем исключительно видеоролики длиной от 10 до 60 минут. Особенностью YouTube является и публикация Shorts (коротких видеозаметок), однако такие материалы не были включены в данную работу из-за их схожести с TikTok.

Каналы и авторы были выбраны по принципу популярности материалов среди зрительской аудитории. Мы также можем отметить, что в исследовании присутствуют и зарубежные авторы, которые рассказывают только о жизни западных знаменитостей. Данные авторы продвигают собственную идеологию, которая подкреплена курсами повышения качества жизни. Основной целью таких материалов является монетизация деятельности блогера. Выстраивание новых моделей поведения и идеологий способна привести зрительское сообщество к развалу. Такие видеоролики привлекают внимание аудитории из-за возможности присутствия в них кумира. Авторы зарубежных видеороликов адаптируют свои медиаматериалы для русскоговорящей аудитории путем создания отдельного канала.

Следует также отметить, что большинство материалов построены по книжному принципу. При исследовании было обнаружено, что во многих видеороликах присутствует тайм-код, у зрителя появляется возможность перейти сразу к интересующей части медиапроизведения. В других материалах повествование было разделено на части. Это позволило провести параллель с книжными главами, так как

части видеороликов содержали информацию о разных этапах преодоления кризисной ситуации главным героем. При этом фабула и сюжет не всегда были одинаковыми.

Еще одна особенность материалов на You-Tube заключается в высоком уровне визуальности. Такие видеоролики имеют заставку канала, обложку с основным посылом, различные элементы для привлечения большего внимания аудитории. Авторы используют все необходимые инструменты для усиления своего воздействия на зрителя: «Психологи полагают, что мы все проводим основную часть жизни под руководством впечатлений Системы 1 и зачастую не знаем, откуда они берутся. Откуда вы знаете, что утверждение верно? Если оно логически или ассоциативно увязывается с другими вашими убеждениями и предпочтениями или исходит из источника, которому вы доверяете и симпатизируете, вы почувствуете когнитивную легкость»⁹⁴.

Следует также отметить, что анализируемые материалы You-Tube содержат отрывки из различных интервью главного героя, в которых рассказывается о кризисной ситуации и пути ее преодоления. Нередко у авторов возникает сложность в структурировании данных отрывков, так как количество информации превышает отведенное для просмотра время. Однако данные отрывки считаются важными в ходе повествования, так как способны сконструировать мнение зрительской аудитории о медиапроизведении в целом. По мнению авторов исследования «You-Tube как канал влияния на общественное мнение»⁹⁵, можно сказать, что «В рамках этой концепции Google и You-Tube позиционируют свою видеоплатформу как один из инструментов преобразования общества: «Люди публикуют ролики на YouTube по разным причинам: чтобы найти людей со схожими интересами, продемонстрировать свой талант, спровоцировать изменения в обществе или прорекламировать бизнес». Цифровые гиганты соединяют технические и политические концепции,

⁹⁴ Канеман Д. Думай медленно... Решай быстро. - М.: Издательство АСТ, 2011. – С. 48.

⁹⁵ Аймалова Ю.А. You-Tube как канал влияния на общественное мнение // Вестник науки. — 2022. — №. 3 (48). — С. 10-23.

характеризуя YouTube как пространство свободы, где «представлены самые разные точки зрения»⁹⁶.

Важным является и характер преподнесения информации. Автор, подбадривая аудиторию советами, создает фон доверительной беседы. В видеороликах часто присутствует элемент обратной связи, представлены различные соцсети, почта и официальный сайт, однако это не исключает общения автора и зрителя в комментаторской среде.

Особенности анализа TikTok:

Платформа TikTok предстает перед нами как платформа, содержащая самый непрофессиональный контент из проанализированных нами. Большой поток видеоматериалов часто сказывается на желании зрителя разбирать менее качественную картинку.

Проанализированные нами материалы были отобраны путем рассмотрения количества просмотров, комментариев и соответствия тематике. Мы также можем отметить, что TikTok в особенности способствует развитию клипового мышления у зрителя.

«По мнению психологов, современным детям – подросткам свойственно «клиповое мышление» — это особенность человека воспринимать происходящее в мире через короткий, яркий посыл, воплощённый в форме небольшого видеоклипа. Все вокруг воспринимается не целостно, а фрагментарно, как череда не связанных между собой частей и идей. И вот как раз в «ТикТоке» такой вид восприятия действительности преобладает, так как он представляет собой бесконечную ленту коротких видео с ярким музыкальным сопровождением, не несущих никакой идеи, кроме как развлечь, или шокировать»⁹⁷.

Диалог с блогера с аудиторией менее активен, чем в других ресурсах. В комментариях часто уточняющие вопросы подписчиков остаются без ответа, что не

⁹⁶ Аймалова Ю.А. YouTube как канал влияния на общественное мнение // Вестник науки. — 2022. — №. 3 (48). — С. 16.

⁹⁷ Дворянчиков Я.В., Шепелев Е.С. Роль TikTok в социализации детей и подростков // Форум молодёжной науки. — 2021. — №. 6. — С. 14.

приводит к окончательному достижению взаимопонимания между двумя сторонами. Несмотря на создаваемые доверительный диалог в самом видеоролике, автор редко выходит на связь в изученных аккаунтах.

Однако стоит подчеркнуть, что конечная цель мотивации аудитории достигается и посредством только просмотра материалов.

Касательно визуального облика мотивирующего контента на платформе TikTok можно сказать, что в нем также отсутствует деление материала на блоки о жизни главного героя произведения. Среди приемов можно отметить: обложка с фотографией персонажа, на которой иногда присутствует краткая характеристика героя, субтитры для более удобного восприятия информации, видеоролики из жизни персонажа и его фотографии.

В отдельной главе мы изучаем длинные видеоролики, которые предполагают большее количество функций.

Нашей задачей является доказать, что авторы материалов выстраивают свои материалы по тем же принципам, а сами материалы имеют аналогичное влияние и на аудиторию YouTube. Отметим, что мы выбрали 28 видеороликов данной платформы для анализа, однако один из материалов содержит 3 разные истории, что расценивается нами как четыре разных медиапроизведения.

§2. Специфические особенности мотивирующего контента на видеоплатформе YouTube

Проанализируем первый видеоролик мужчины, который называется «Так Я Придумала Гарри Поттера» | Джоан Роулинг «Правила успеха»⁹⁸. Он повествует об известной писательнице, чей жизненный путь был наполнен большим количеством трудностей⁹⁹.

1. (см. Приложение I).

⁹⁸ Так Я Придумала Гарри Поттера | Джоан Роулинг (Правила Успеха) // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=0_kJ0yzGQ0M (дата обращения: 03.11.2023).

⁹⁹ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Сказочный нарратив в медиасреде: структура и функции (на примере мотивирующего контента YouTube) // Litera. 2023. № 3. С. 72-84.

2. Рассмотрим данный материал с структурно-нарративной позиции:

- **«Она британская писательница, наиболее известная как автор романов о Гарри Поттере».** Во-первых, мы сталкиваемся с мотивом «обличение», который изначально рассказывает о том, каким человеком стала Джоан Роулинг, о ее достижениях, затем начинается основное повествование, мотив «обличение».

- **«Вы никогда по-настоящему не узнаете себя... такое знание – бесценный подарок, урок, который я извлекла имеет гораздо большую ценность, чем любая квалификация, которую я получала за всю жизнь»**, - рассказывает писательница. Дж. Роулинг для поднятия общей мотивации окружающих людей начинает воспроизводить в своей речи инварианты, которые использованы в сюжетах известных сказок. Нарративные матрицы «Первая функция дарителя» и «Реакция героя на действия будущего дарителя».

- **«Я ехала в поезде из Манчестера в Лондон, и на меня снизошло озарение. Просто из ниоткуда. Мне в голову постоянно приходили какие-то идеи, потому что если уж ты писатель, то это неотъемлемая часть твоей жизни. В голову постоянно приходят какие-то идеи. Но ничего более вдохновляющего до этого со мной не происходило».** Джоан Роулинг рассказывает о том, как она ехала на поезде, где «загорелась» желанием написать книгу о Гарри Поттере. Она восприняла поездку как путь, в котором она получила подарок свыше (вдохновение). Нарративные мотивы «Получение волшебного средства» и «Перемещение в иное царство», место, где Роулинг воплотила в жизнь произведение.

- **«Вы живете в мире людей. И если вы ожидаете, что вас будут непрерывно хвалить, значит, с вами явно что-то не так. Вас будут обязательно критиковать. Это естественно. Знаете, я никогда не была особо уверена в себе. Есть сферы моей жизни, в которых я очень ранима. Но только не в этой области. Я считаю, что критика в литературе – это нечто само собой разумеющееся. Такова литература».** Вырезка из интервью затрагивает мотивы «разведка антагониста», «вредительство» и «борьба»).

- **«В случае чего я бы сюда вернулась, это было бы моей исходной позицией...»** - говорится в интервью. – **Но это была моя жизнь, и она была очень тяжелой. Я никак не предполагала, что все обернется таким сказочным образом».** Анализируемый фрагмент включает в себя сразу несколько «победа», «возвращение», «трансфигурация»).

- **«Однажды, когда я писала «Гарри Поттер и философский камень» я шла из кафе, где я писала эту книгу, мне в голову пришла мысль, что сложнее всего будет добиться публикации этой книги, если ее опубликуют, то тебя ждет большой успех».** Джоан Роулинг рассказывает о том, как она верила в возможность написать хорошую книгу «начинающееся противодействие».

- **«Я соревновалась с собой, у моих книг возникло много фанатов, и все они чего-то ожидали, мне нужно было абстрагироваться от их ожиданий...».** Инварианты «подвох» и «пособничество». Роулинг нужно было избегать внедрения в собственное творчество (творческий путь) посторонних людей, что имеет прямое сходство с вышеописанными инвариантами.

- **«Писательская карьера полна разочарований, но награда поистине велика...»**, - говорится в интервью. Женщина дает советы тем, кто хочет пройти собственный путь формирования писательской карьеры (выступает в качестве воцарившегося героя), нарративные мотивы «узнавание», «воцарение».

- **«Мечты могут сбываться» и «У нас есть сила, чтобы изменить все в лучшую сторону».** Инварианты «победа» и «свадьба или воцарение».

3. Рассмотрим цепочку из нарративов: обличение-пособничество-первая функция дарителя-реакция героя на действия будущего дарителя-получение волшебного средства-перемещение в иное царство-разведка антагониста-вредительство-борьба-посредничество-начинающееся противодействие-отправка-победа-возвращение-трансфигурация-начинающееся противодействие-подвох-пособничество-запрет-нарушение запрета-узнавание-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Мотивационный совет: мечтай, у нас есть сила, чтобы изменить все в лучшую сторону.

Метафора: снизошло озарение;

Антитеза: материал построен на антитезе (трудности/легкость);

Сравнение: знание – бесценный подарок;

Эпитет: обернется сказочным образом;

Парцелляция: «Вас будут обязательно критиковать. Это естественно. Знаете, я никогда не была особо уверена в себе. Есть сферы моей жизни, в которых я очень ранима. Но только не в этой области».

5. Разговорный стиль речи.

Второй видеоролик содержит информацию об известной голливудской актрисе Дженифер Лоуренс, блогер делает упор на то, какие испытания пришлось пережить актрисе в период собственного становления. «Правила успеха Дженнифер Лоуренс»¹⁰⁰.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим видеоролик с позиции нарративных мотивов:

- **«Она является самой высокооплачиваемой актрисой в мире, и ее фильмы собрали более пяти миллиардов долларов. Она получила признание в 2010 после выхода независимого фильма «Зимняя кость», где она сыграла роль девочки подростка из неблагополучной семьи»,** - мотив «обличение» представлен в самом начале материала, он предполагает воспевание главного героя за его достижения.

- **«Если мне что-то было нужно я всегда добивалась этого».** Дженнифер предстает перед зрителем в качестве сильной личности. Она не говорит о том, что в ее жизни нет места неудачам, лишь подчеркивает их преодоление. Мотивы «Начинающееся противодействие», «Борьба», «Победа».

¹⁰⁰ Правила успеха Дженнифер Лоуренс // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jLd-Mg55w18> (дата обращения: 03.11.2023).

- **«Если я пропустила звонок я всегда перезваниваю, потому что я не хочу упустить свой шанс. Я много работала чтобы добиться того, что имею сейчас».**

Рост личности главного героя медиапроизведения напрямую зависит от ее пути, с которого девушка не собирается сходить. Нарративные элементы «Отправка», «Получение волшебного средства».

- **«Сбылась моя мечта знаете, я всегда просто фанатела от Дэвида и боялась разочароваться в нем при личной встрече, но на мое счастье, он оказался очень милым, теплым и добрым человеком. Из всех, кого я знаю у него очень теплая энергетика, его подход к работе не похож на другие».** Дженнифер Лоуренс рассказывает о Дэвиде Алане Гире, режиссере в чьем фильме «Дом покера» состоялся дебют актрисы. Вышеприведенный режиссер выступает в качестве дарителя, который не давал актрисе четких рамок, лишь направлял ее «реакция героя на действия будущего дарителя».

- **«Я всегда задаюсь таким вопросом. Вот сыграю я в этом фильме и что потом? На этом этапе я всегда волнуюсь.... Я доверяю своему чутью и совершаю ошибки, но лучше самому совершить ошибку, чем винить в этом кого-то другого».** Следует обратить внимание, что для себя часто человек может выступать антагонистом, поэтому в данном случае отрывок показательным для зрителя, которому привычно винить в своих неудачах лишь внешние факторы воздействия. Мотивы «вредительство», «борьба», «победа»).

- **«Отстаивай свою точку зрения».** Актриса рассказывает о том, как ее дразнили в подростковом возрасте из-за внешности и поэтому она стала той, кем является сейчас. Зритель данного видеоролика может увидеть клишированную фразу: **«Будьте самими собой».** Мотив «клеймение», раскрывают возможности людей со злыми намерениями навредить и заклеить протагониста истории.

- **«Ее игра очень естественная, потому что она проживает ее»**, - сказал в интервью режиссер, работавший с Лоуренс. Мужчина рассказывает о стараниях актрисы, которые вознаграждаются результатами в виде ее славы, известности. Он восхищен

ее работой. Мотивы «трудная задача» - работа над собой и «узнавание» - результат работы).

- **«Если мой персонаж позволил кому-то поменять отношение к себе, из «минуса» сделать «плюс», тогда это просто прекрасно».** Актриса рассказывает, как ее роль в «Голодных играх» изменила отношение к себе девочки, побывавшей в пожаре. Инвариант «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-начинающееся противодействие-борьба-победа-отправка-получение волшебного средства-трансфигурация-реакция героя на будущего дарителя-пособничество-вредительство-борьба-победа-подвох-клеяние-узнавание-воцарение.

4. Средства выразительности:

Мотивационный совет: будьте самими собой;

Метафора: получить признание;

Разговорная лексика: я всегда просто фанатела,

Эпитет: оказался теплым человеком, теплая энергетика;

Риторический вопрос: Вот сыграю я в этом фильме и что потом?

5. Разговорный стиль речи.

Третий видеоролик, который мы проанализируем, посвящен певице Мадонне. Автор раскрывает ситуации, через которые нужно было пройти звезде, чтобы достичь успеха. Воплоти Свои Мечты – Мадонна- Правила успеха¹⁰¹ (*см. Приложение III*).

Четвертый видеоролик связан с историей Опры Уинфри. Она является темнокожей телеведущей, которая столкнулась с большим количеством проблем на пути своего профессионального становления. 10 уроков, меняющих жизнь | Опра Уинфри¹⁰².

¹⁰¹ Воплоти Свои Мечты - Мадонна - Правила Успеха // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PZr-wV-pk0E> (дата обращения: 03.11.2023)

¹⁰² 10 уроков, меняющих жизнь | Опра Уинфри // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Fklb6HCKcNE> (дата обращения: 03.11.2023).

1. (см. Приложение I).

2. Проанализируем видеоролик с нарративной точки зрения:

- **«Приготовьтесь получить порцию мудрости от Опры, которая поможет обрести вам уверенность и мотивацию»**, - мотив обличения, представление главного героя зрителю в качестве советчика.

- **«Сосредоточься на служении. Не каждый может стать известным, но каждый может стать великим»**. Опра говорит, что в каждый вид деятельности можно вложить собственный смысл и стать человеком «дающим и помогающим». Инварианты «решение возникшей проблемы» и «трансфигурация» в рамках обличения.

- **«Нет ничего из того, что случилось в моей жизни, чтобы я не рассматривала как урок и полезный опыт»**, - делится ведущая. Известно, что Опру уволили с телеканала из-за того, что она была темнокожей, однако это не помешало ей стать медиамагнатом в сфере телевидения. Она боролась и извлекала полезный опыт из кризисных ситуаций. Мотивы «вредительство» (недостача), «борьба» и «победа».

- **«Читай как можно больше. Чтение – мощнейшая предпосылка успеха в будущем. Первую работу на радио я получила благодаря чтению»**, - говорит в интервью женщина. Она проводит параллель между чтением и грамотой коммуникативной составляющей, качественным владением языком. Инвариантные функции «отправка» - введение Опры в сферу медиабизнеса, «первая функция дарителя» - получение возможности, «получение волшебного средства» - чтение, грамотная речь.

- **«Наполняй себя изнутри. Каждая неприятность и каждая радость были даны вам исключительно для того, чтобы вы стали лучше»**, - говорит женщина. Она говорит о том, что на пути личности возникают различные кризисы, решив которые происходит рост человека. Здесь необходимо провести аналогию с нарративными матрицами «борьба», «клеймение».

- **«Выстраивай доверие. Своей работой я смогла завоевать доверие людей»**, - говорится в интервью. Аудитория Опры просила женщину выдвинуть собственную

кандидатуру на пост в президенты США, ведущая рассказывает о том, что находится в поисках решения проблемы доходов общества, мотив «узнавание».

- **«Сонастройся с потоком жизни. Все, что мы отдаем всегда возвращается назад и все, что мы проецируем в мир, обязательно к нам вернется»**, - рассуждает в интервью женщина. Опра рассказывает о полезности практик медитации, которые помогают стать «лучше». Инвариант «решение проблемы».

- **«Будь открытым и уязвимым. В мире нет такой истории, через которую не проходил кто-то еще кроме вас. Боль всегда одинакова. Чем открытие вы будете, тем сильнее вы станете»**. Телеведущая отметила, что победить преграды можно силой «открытости», появятся помощники, новое окружение, которое будет готово помочь в преодолении преград. Мотивы «отправка героя», «реакция героя на будущего дарителя».

- **«Удивляй своих поклонников»**. В данной видеоотрывке Опра появляется в интервью у молодой девушки. О. Уинфри является известным гостем, который когда-то замотивировал к чтению и самообразованию девушку, чья карьера пошла вверх. Мотивы «узнавание», «трансфигурация».

3. Нарративная цепочка: обличение-решение проблемы-трансфигурация-вредительство-борьба-победа-первая функция дарителя-получение волшебного средства-борьба-клеймение-решение-узнавание-запрет-нарушение запрета-трансфигурация.

4. Средства выразительности:

Мотивационные советы: удивляй своих поклонников, будь открытым и уязвимым, сонастройся с потоком жизни, наполняй себя изнутри, читай как можно больше.

Метафора: порция мудрости, завоевать доверие, поток жизни;

Разговорная лексика: мощнейшая предпосылка;

5. Разговорный стиль речи.

Пятый видеоролик также описывает жизнь Опры Уинфри, однако он выстроен таким образом, что содержит дополнительную информацию. Как Опра Уинфри Стала Знаменитой (История Успеха)¹⁰³ (см. Приложение III).

Шестой видеоролик описывает историю известного бодибилдера Арнольда Шварцнеггера. Арнольд Шварцнеггер¹⁰⁴ : мотивация, которая изменит вашу жизнь.¹⁰⁵

1. (см. Приложение I).

2. Проанализируем материал с точки зрения нарративных элементов:

- **«И сегодня мы будем учиться у Арнольда Шварцнеггера. Наставляй меня, Арнольд».** Мотив «обличения», который предполагает то, что главный герой добился больших результатов и может стать наставником.

- **«Имей видение. Видеть цель, потому что без четкой цели ты просто придешь наугад»**, - говорит в интервью бодибилдер. Зрителю раскрыт элемент из биографии, где, будучи мальчиком, он увешивал стены собственной комнаты фотографиями бодибилдеров, которые его ежедневно мотивировали. **«Я с нетерпением ждал тысячи приседаний или жима по 250 килограмм».** Мотивы «отправка», «начинающееся противодействие» (где девятый номер выступает в качестве введения в «сказку» героя, а десятый заключается в согласии А. Шварцнеггера отправиться в этот путь).

- **«Развивай свой голод. Здесь не должно быть «возможно», ты должен встать и сказать: «Я сделаю все, что бы мне это не стоило».** По его мнению если человек не видит итог своего старания, то он «неудачник». Мотивы «борьба» - преодоление трудностей, «клеймение».

¹⁰³ Как Опра Уинфри Стала Знаменитой (История Успеха) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=suvWHs6nVFg> (дата обращения: 03.11.2023).

¹⁰⁴ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Рецепция мотивирующего контента аудиторией (на примере платформы YouTube) // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XVII Международной научно-практической конференции (Москва – Пенза, 22-23 апреля 2024 г.). — Москва - Пенза, 2024. — С. 219-224.

¹⁰⁵ Арнольд Шварцнеггер: мотивация, которая изменит вашу жизнь // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OAxDALBDTv0> (дата обращения: 04.11.2023).

- **«Не бойся провала. Ты не можешь побеждать всегда, но не бойтесь принимать решения».** Мужчина раскрывает зрителям то, что многие фильмы, где он выступал в качестве актера, оказывались провалом. Но одновременно он был успешен в других проектах. Мотивы, которые присутствуют в данном отрывке называются «недостача», «трудная задача».

- **«Мечтай. У моей семьи не было денег, вещей, телевизора, холодильника, но я был богат потому, что умел мечтать»**, - говорит бодибилдер. В данном случае в качестве волшебного дарителя выступает школьная учительница Шварцнеггера, с которой они изучали Америку. Нарративные матрицы «первая функция дарителя», «реакция героя на действия будущего дарителя», «перемещение в иное царство».

- **«Будь силен разумом. Тело важно, но разум более важен, чем тело»**, - говорит Шварцнеггер. В данном разделе поднимается вопрос о том, как противостоять тем, кто лучше тебя и что для этого необходимо приобрести, «борьба».

- **«Нарушай правила. Очень сложно быть индивидуальностью или яркой личностью, если ты слишком правилен и боишься нарушать правила».** Арнольд говорит о том, что пути, которые приводили его к победе были связаны с нарушением правил. «Воцарение», «победа».

3. Нарративная цепочка: обличение-посредничество-начинающееся противодействие-отправка-борьба-клеймение-недостача-пособничество-трудная задача-нарушение запрета-отправка-первая функция дарителя-реакция героя на будущего дарителя-перемещение в иное царство-получение волшебного средства-подвох-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Мотивационные советы: развивай свой голод, мечтай, не бойся провала, нарушай правила, будь силен разумом, не бойся провала;

Обращение: «Наставляй меня, Арнольд!»;

Гипербола: тысяча приседаний.

5. Разговорный стиль речи.

Седьмой видеоролик содержит историю голливудской актрисы Дженифер Энистон, автор рассказывает то, какими способами женщина добилась успеха в актерской деятельности. Как Жить Своей Лучшей Жизнью | Дженнифер Энистон (Правила Успеха)¹⁰⁶ (см. Приложение III).

Восьмой видеоролик рассказывает историю становления Билла Гейтса. Автор рассказывает о том, через какие препятствия пришлось пройти мужчине. Не Принимай Негатив Близко к Сердцу | Билл Гейтс¹⁰⁷ (см. Приложение III).

Девятый видеоролик содержит информацию о Коби Брайанте, известном спортсмене, который смог достичь высоких результатов в собственной деятельности. Нереальная Рабочая Этика Коби Брайанта («Он Тренировался Часами Перед Игрой!»)¹⁰⁸.

1. (см. Приложение I).

2. Проанализируем нарративную часть видеоролика:

- **«Я надеюсь, что, проводя время в их компании, мы сможем проникнуться их убеждениями и перенять их образ мышления, чтобы стать лучшей версией себя. И сегодня мы будем учиться у лучшего из лучших – это Коби Брайант и его сумасшедшая рабочая этика. Наставляй меня, Коби».** Мотив «обличение», который предполагает рассказ о достижениях главного героя.

- **«Стремись вперед. Мой путь начался в Филадельфии, штат Пенсильвания. В три года папа брал меня с собой на баскетбол и учил играть. Баскетбол был у Коби в крови. Его отец Джо Брайант 8 лет играл в NBA, прежде чем уехать с семьей за границу. Мы переехали в Италию. Пока Джо привыкал играть в Европе, его сын в Италии тоже время даром не терял. Немногие дети могут**

¹⁰⁶ Как Жить Своей Лучшей Жизнью | Дженнифер Энистон (Правила Успеха) // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Ldg_ujalLHg (дата обращения: 04.11.2023).

¹⁰⁷ Не Принимай Негатив Близко к Сердцу | Билл Гейтс (#Энтспрессо) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uzY-bnPrMi0> (дата обращения: 04.11.2023).

¹⁰⁸ Нереальная Рабочая Этика Коби Брайанта ("Он Тренировался Часами Перед Игрой!") // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=H_MSycydRMc (дата обращения: 04.11.2023).

похвастаться броском в прыжке. Но Коби мог». Данный отрывок содержит информацию о семье главного героя, о базовых стартовых возможностях. Мотивы «отправка» - переезд, «начинающееся противодействие».

- «Футбол был очень популярен. Помимо корзины на площадке всегда были ворота. И мы целыми днями могли играть в футбол. А после футбола я оставался еще на три-четыре часа, играя в баскетбол. Это была другая страна с другим языком». «Начинающееся противодействие» - сложности, с которыми сталкивается главный герой. Однако молодой человек не сдаётся и продолжает тренироваться «борьба».

- «И, хотя он был там со своей семьей, по сути, он был один. И он обращался к себе, развивая свою стойкость и волю к игре. Когда его семья вернулась в Филадельфию, время, в одиночестве проведенное на корте, окупилось сторицей - Коби триумфально ворвался в мир баскетбола». Инвариант «отлучка» и «перемещение в иное царство» предполагает изоляцию героя, он не имеет возможности проводить время с семьей, он только занимается спортом.

- «Он стал топовым игроком старшей школы в стране, побил рекорд Уилта Чемберлена по количеству набранных очков, стал звездой уже в 16 лет. Следующий шаг Коби мог бы показаться слишком амбициозным, но учитывая его родословную и сумасшедшую рабочую этику, это было очевидным решением». «Трансфигурация», «отправка».

- «Работа помогает расти. И я сказал себе: «Я приду в 3 часа и не успокоюсь, пока не заброшу мяч в кольцо 400 раз, прежде чем вернусь обратно в номер и начну собираться на игру». И кого я увидел? Я увидел Коби Брайанта, который уже тренировался. Я тоже приступил к тренировке и тренировался где-то часа полтора. И когда я закончил, я сел в раздевалке и, конечно, по-прежнему слышал, как мяч скачет по корту. Я подумал: «Поверить не могу, этот парень все еще тренируется!» И ведь, казалось, он даже не вспотел, в то время, когда у меня уже все тело ломило». Мотивы «борьба», «трансфигурация».

- Весь сезон я ждал возможности. Я хотел доказать, что лучше, чем обо мне думают. Хотел доказать самому себе, что я лучше, чем обо мне думают. Я психически готовил себя, визуализировал момент, когда я там окажусь, когда приведу «Лос-Анджелес Лейкерс» к победе». Инвариант «победа».

- «Люби то, что делаешь. Я наслаждаюсь тем, что делаю. Мне это нравится. Я по-настоящему люблю то, чем занимаюсь. Отсюда и исходит желание становиться лучше». История завершается инвариантом «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-начинающееся противодействие-отправка-борьба-отлучка-перемещение в иное царство-трансфигурация-отправка-борьба-трансфигурация-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Обращение: «Наставляй меня, Коби»;

Риторический вопрос: «И кого я увидел?»;

Фразеологизм: окупиться сторицей;

Разговорная лексика: стал топовым игроком,

Мотивационные советы: стремись вперед, работа помогает расти, люби то, что делаешь;

Метафора: баскетбол был у Коби в крови, терять времени даром, ломило тело;

Эпитет: сумасшедшая этика;

5. Разговорный стиль речи.

Десятый видеоролик¹⁰⁹ содержит информацию о голливудском актере Мэттью Макконахи, мужчина рассказывает свою историю успеха. Молодой Мэттью Макконахи: «Я и Не Мечтал, Что Столького Добьюсь!»¹¹⁰.

1. (см. Приложение I).

¹⁰⁹ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и YouTube // Litera. 2024. № 9. С. 44-58. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.9.71765

¹¹⁰ Молодой Мэттью Макконахи: "Я и Не Мечтал, Что Столького Добьюсь!" (Интервью 1997) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1a3w8AQТсМІ> (дата обращения: 04.11.2023).

2. Проанализируем видеоролик с нарративной точки зрения:

В видеоролике происходит диалог, где не обозначен главный герой, однако в поле описания видеоролика автор описывает все достижения главного героя: **«Сегодня мы посмотрим интервью Мэттью Макконахи 1997 года. Он рассуждает о том, хотел ли стать актером, ожидал ли он успеха в индустрии кинематографа и как успех повлиял на его жизнь. Надеюсь, что вам понравилось! Оставляйте свои пожелания и отзывы в комментариях под видео».** Мотив «обличения».

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

- **«Мы даже фильмы особо не смотрели. Мне не разрешали смотреть телевизор или ходить в кино».** Инварианты «запрет» и «нарушение запрета».

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

- **«- Но теперь вы здесь. Один из лучших актеров в стране. Хорошо всё сложилось? - Я бы сказал превосходно. - Вы бы что-нибудь изменили? - Изменил бы я что-нибудь... Нет. Нет, я бы ничего не изменил».** Мотив «воцарение», «трансфигурация».

- **«Всё пошло по такому сценарию, какой я бы и прописал. Наверное, я его и писал. И всё сложилось чудесно. Я многому учусь, и я расту. И при этом получаю много удовольствия от этого».** «Перемещение в иное царство» и «борьба».

Предполагается, что мужчина борется с определенными моментами, чтобы стать лучше.

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

- «И сейчас я учусь по-настоящему наслаждаться теми возможностями, которые мне выпадают». «Победа» - мотив, которым завершается повествование.

3. Нарративная цепочка: обличение-отлучка-запрет-нарушение запрета-начинающееся противодействие-трансфигурация-воцарение-перемещение в иное царство-борьба-трансфигурация-клеймение-победа.

4. Средства выразительности:

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

Фразеологизм: выбить из колеи;

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

Разговорная лексика: выпадают возможности;

Метафора: круг интересов, волна внимания, выпадают возможности;

5. Разговорный стиль речи.

Следующий видеоролик содержит информацию о молодом Джиме Керри, который рассказывает о том, как у него получилось достичь успеха. Молодой Джим Керри: Это Не Давало Мне Выступать 2 Года¹¹¹!

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим материал с нарративной стороны:

¹¹¹ Молодой Джим Керри: Это Не Давало Мне Выступать 2 Года! (1983) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gjYbUQ8Bq4M> (дата обращения: 04.11.2023).

- «Сегодня мы послушаем, какой урок вынес для себя молодой Джим Керри». Мотив «обличение».

- «Все, что не выходит, всякая роль, которую я не получаю, всякая роль, которую я получаю, но которое мне не удастся или сцена со мной, которую вырезают, я всегда думаю, что значит так и должно было быть, так и должно было случиться, потому что впереди будет нечто большее, нечто лучшее». Мужчина рассказывает о борьбе, с которой он сталкивается на работе (мотив «борьба»).

- «Впервые, когда мне было 15, я пришел туда и выступил так себе, ну, то есть не из рук вон плохо, но на мне был бедный полиэстер, костюм, в который меня нарядила мама. И вот в таком виде я поднялся на сцену и выступил, владелец клуба стоял за сценой с микрофоном и гудел от ужаса». «Недостача» - столкновение с проблемой, которую необходимо решить.

- «А когда мне было 17, и я уже начал выступать то тут, то там, мой отец сказал почему бы тебе не выступить, нужно развязаться, если хочешь заниматься этим делом, заниматься им серьезным, то у тебя не должно быть подобных барьеров». В данном отрывке Джим сталкивается волшебным дарителем в лицо своего отца, именно он помогает молодому человеку перейти на новый уровень развития. «Появление волшебного дарителя», «действия будущего дарителя».

- «Тогда я вернулся в то место и выступил отлично, и стал хедлайнером. С этого все пошло, а когда я приехал в Лос-Анджелес, произошло ровно то же самое. Я пришел в комеди и выступил нормально, но не так здорово, чтобы стать там звездой. Меня это ужасно расстроило, и я вернулся в Торонто, как и все, у кого не получилось». Инвариант «клеймение». Мужчина сталкивается с негативной ситуацией, из-за которой покидает профессию.

- «Прошло еще два года, и вновь мой отец сказал мне, что тебе стоит вернуться в комеди. Мой менеджер организовал мне выступление там, и я вернулся и выступил отлично, и стал выступать там постоянно». Мотив «победы и воцарения».

3. Нарративная цепочка: борьба-недостача-действия будущего дарителя-получение волшебного средства-клеймение-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Синтаксически перегруженное предложение: «Все, что не выходит, всякая роль, которую я не получаю, всякая роль, которую я получаю, но которое мне не удастся или сцена со мной, которую вырезают, я всегда думаю, что значит так и должно было быть, так и должно было случиться, потому что впереди будет нечто большее, нечто лучшее»;

Разговорная лексика: нужно развязаться;

Метафора: гудел от ужаса, стать звездой.

5. Разговорный стиль речи.

Двенадцатый видеоролик содержит информацию об успехах Илона Маска. Молодой Илон Маск (Потерянное Интервью 1999 года)¹¹².

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим нарративы, используемые в материале:

- «В 1999 году Илон Маск дал интервью CNN. В тот год он совершил одну из своих первых крупных покупок - автомобиль McLaren F1. На тот момент в мире насчитывалось всего 62 таких автомобиля, и он считался самым быстрым в мире». Мотив «обличение».

- «В 1995-ом в интернете было не так уж много людей. И определенно никто на нем не зарабатывал. Большинство смотрело на интернет как на игрушку. Но не этот предприниматель из ЮАР». «Обличение».

- «Маск продал свою первую компьютерную программу в 12 лет и с тех пор он продает постоянно. Еще три года назад я мылся в туалете и спал на офисном полу. Теперь же у меня есть машина стоимостью 1 млн долларов и много других жизненных удобств». Мужчина рассказывает о том, какой путь он проделал для того, чтобы достичь необходимой цели, мотивы «борьба», «трансфигурация».

¹¹² Молодой Илон Маск (Потерянное Интервью 1999 года) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zhxAfdmtnP0> (дата обращения: 05.11.2023).

- «Год назад Маск продал свою компанию Zip2 (ЗипТу), позволяющую новостным изданиям публиковаться онлайн, за 400 миллионов долларов наличными». «Перемещение в иное царство», мужчину начинают воспринимать серьезно в бизнесе, однако он даже не имеет экономического образования.

- «Я мог бы купить один из Багамских островов и превратить его в свою вотчину. Но мне гораздо интереснее создать новую компанию». Мотив «начинающееся противодействие», мужчина стремиться прийти к определённому состоянию и входит в сюжет как герой.

- «Я вложил большую часть своих финансов в X.com, новую банковскую инвестиционную интернет-компанию, которую я основал». «Борьба» - риск, как отдельная сторона борьбы за существование новой компании Маска.

- «Я бы сказал, что главное удовлетворение — это удовлетворение от создания компании, которую я продал». Инвариант «победа».

- «Я бы хотел попасть на обложку Rolling Stone. Это было бы круто» – «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-борьба-трансфигурация-перемещение в иное царство-начинающееся противодействие-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Устаревшее слово: вотчина

Сравнение: смотрели на интернет как на игрушку;

Разговорная лексика: это было бы круто;

5. Разговорный стиль речи.

Тринадцатый видеоролик¹¹³ содержит информацию о миллионере Гранте Кардоне, он дает советы для преобразования собственного мышления. Научись думать, как миллионер - Грант Кардон - мотивация успеха¹¹⁴.

¹¹³ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и YouTube // Litera. 2024. № 9. С. 44-58. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.9.71765

¹¹⁴ Научись Думать Как Миллионер - Грант Кардон - Мотивация Успеха // YouTube. URL: <https://youtu.be/AO6hFtjdouM?si=osRdnW7GmUhQSnx-> (дата обращения: 05.11.2023).

1. (см. Приложение I).

2. Проанализируем нарративную сторону видеоролика:

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

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

- «Будь счастлив, что ты здоров, будь счастлив, что ты окружён любящими людьми, сейчас я счастливо женат и у меня двое замечательных детей, и моя жена хорошо понимает, что я никогда не смог бы удовлетвориться только наличием брака и детей». Главный герой воспринимает данных людей как волшебных дарителей, которые помогают ему двигаться к своей цели ежедневно. Мотивы «появление волшебного дарителя», «действия будущего дарителя». признаться кто-то узнав о моих амбициях

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

- «Я знал миллионеров, которые жили так, как будто они испытывают нужду, они не тратили деньги, которые у них были, потому что беспокоились о том, что в будущем они могут обанкротиться. Составьте список вещей ведь, многие

из них это ваши ментальные установки, составьте список того, что делают бедные люди, того, что вошло у них в подсознании». Данный отрывок показывает то, как нужно идти к собственной цели. Мужчина поднимает тему «борьбы».

- «Работайте над собой, однажды меня арестовали за драку, в моей жизни были моменты, когда я сам относился к себе хуже, чем кто-либо другой. Последние несколько лет я занимаюсь только одним: я работаю над самопознанием и саморазвитием». Мотив «трансфигурация».

- «Каждый божий день я занимаюсь тем, что мне совершенно не хочется делать. Понятия не имею, кто эти люди, распространяющие эти идеи, может, их бизнес достался им по наследству или это был чей-то подарок. Лично я хочу сказать, что если ты не будешь делать то, что тебе совершенно не хочется делать, то свой бизнес никогда не будет процветать, и ты не сможешь его сохранить. Ты должен не просто любить свое дело, ты должен быть одержимым». Мотивы «борьба» и «победа».

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

3. Рассмотрим нарративную цепочку из матриц: обличение-запрет-нарушение запрета-первое появление волшебного дарителя-реакция на действия будущего дарителя-происки антагониста-трудная задача-борьба-трансфигурация-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

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

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

Фразеологизм: сводить концы с концами;

Метафора: продать мечты;

5. Разговорный стиль речи.

Следующие несколько видеороликов размещены на канале «Мне нужна мотивация». Создатели канала хотят вдохновить аудиторию на достижение своей мечты.

Четырнадцатый по счету видеоролик содержит информацию о бизнесмене, который прошел большой путь от фермера до миллионера. «ИСТОРИЯ, КОТОРАЯ ЗАСТАВЛЯЕТ ЗАДУМАТЬСЯ!»¹¹⁵

1. (см. Приложение I).

2. Проанализируем нарративную сторону видеоролика:

- «От сына фермера я возвысился до успешного бизнесмена. Я стал изобретательным, стал способен достигать того, о чем раньше даже помыслить не мог. Самая мощная сила в человеческой психике — это то, какими мы видим себя сами». Мотив «обличение», который предполагает рассказ о достижениях главного героя.

- «Когда я открывал дверь сарая, меня там встречали штук 30 крыс, которые тут же разбежались, а я только и надеялся, что они все до единой разбегутся. Однажды после такого я побежал обратно в дом и позвал отца, попросив пойти со мной, на что он запер дверь изнутри и сказал мне идти и делать, что велено». В данном отрывке показаны отношения главного героя с отцом. Отец выступает в качестве антагониста в данной истории, поэтому мы можем выделить такой мотив как «происки антагониста».

- «Однажды я очень ждал дня, когда мы будем играть с отцом, я подбежал к нему, а он, глядя на меня, сказал: «сопляк, вот однажды вырастешь и поймешь, каково это пахать, чтобы зарабатывать, иди играй сам по себе, пока и тебе работу не нашел, я развернулся и ушел». В данном отрывке мы можем заметить то, как меняется мировоззрение главного героя, он понимает, что может полагаться только на себя. Мотив «трансфигурация».

¹¹⁵ ИСТОРИЯ КОТОРАЯ ЗАСТАВЛЯЕТ ЗАДУМАТЬСЯ! // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kEwglUL-48A> (дата обращения: 05.11.2023).

- «Он никогда не посещал мои хоккейные матчи, он привозил меня на машине и оставался в машине, пока игра не закончится, и в то время, как другие родители помогали детям завязывать шнурки на коньках, я делал это сам, я даже пытался забить как можно больше голов для того, чтобы потом похвастаться отцу, чтобы он захотел посмотреть, как я играю, но он так никогда и не пришел». «Отправка» - инвариант, которые предполагает введение главного героя в активные сюжетные действия.

- «Я помню, как я получил награду школе за хорошую учебу и пытался со сцены разглядеть в толпе отца, но это всегда безуспешно, так что единственным утешением для меня было усердно работать». Мотив «начинающееся противодействие».

- «Я работал в два раза больше, работал еще больше и упорнее, если то, чем ты занимаешься в жизни легко, то жизнь будет трудна, но если ты занимаешься тем, что трудно, то жизнь будет легка, я усвоил уроки тяжелой работы с детства и научился эффективно с ней справляться». Инвариант «борьба».

- «Когда мне было четырнадцать лет, я уже имел достаточно сбережений для того, чтобы купить скутер, а в 16 я купил свою первую машину, к 17 я подумал, что, живя отдельно, я смогу зарабатывать раза в четыре больше денег». Мужчина уезжает и начинает менять свою жизнь, мотив «перемещение в иное царство».

- «Начал работать таксистом, занимался плотничеством, подстригал газоны, мыл окна, брался за всю черновую работу, так как я умел только это и затем моя жизнь круто изменилась. Мне позвонила мачеха и сказала у отца рак, я тут же прилетел и стал помогать во всем: держал дом в порядке. Отец сказал, что у него остались долги в Канаде на что я ответил не волнуйся, я все оплачу». «Трудная задача» и «решение» - инварианты, которые присутствуют в данном отрывке.

- «На самом деле это самое дно может стать основанием для твоего роста, я подумал за что следующее я примусь я где-то услышал о недвижимости и подумал, что почему бы и нет и начал развиваться в этой сфере. Именно тогда я встретил своего первого наставника, который изменил мою жизнь». «Действия будущего дарителя» - встреча с наставником.

- «Я вставал и каждое утро повторял себе снова, снова и снова я повторял эти слова, что я самый лучший агент по недвижимости в моем районе и от одной продажи в год через несколько лет я достиг отметки в 100 продаж в год, я побил все возможные рекорды, и потом я вообще купил эту чертову компанию». Завершается история мотивами «борьба», «победа» и «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-происки антагониста-трансфигурация-отправка-начинающееся противодействие-перемещение в иное царство-трудная задача-решение-действия будущего дарителя-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: чертова компания, жизнь круто изменилась, сопляк;

Лексический повтор: «повторял себе снова, снова и снова я повторял эти слова»;

Мотивационные советы: «Самая мощная сила в человеческой психике — это то, какими мы видим себя сами»

Гипербола: штук 30 крыс.

5. Разговорный стиль речи.

Пятнадцатый видеоролик содержит информацию о мужчине по имени Халил Рафати, он является бизнесменом и миллионером. Невероятная история успеха. Халил Рафати - Я забыл умереть!¹¹⁶ (см. Приложение III).

¹¹⁶ Невероятная история успеха. Халил Рафати - Я забыл умереть! // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FXHjdDWyGME> (дата обращения: 05.11.2023).

В шестнадцатом видеоролике можно найти информацию об актере Сильвестре Сталлоне. Сильвестр Сталлоне - Мотивация Рокки Бальбоа - Мотивационная речь¹¹⁷.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим материал с нарративной точки зрения:

- «Он переехал из Нью-Йорка в Голливуд и однажды после периода борьбы, когда всем трудно в начале пути к цели, в попытках попасть на телевидение и кино у него появилась идея о написании сценария. И он его написал, причем так родился Рокки». Мотив «обличение».

- «Я сидел в своей небольшой квартирке, в комнате, я хорошо помню, что она была настолько маленькой, что я мог открыть окно и закрыть дверь одновременно, не вставая с кровати, комната эта была размером примерно два с половиной на два с половиной метра, но одним достоинством этой комнаты было то, что в ней было не на что отвлечься. И вот я сидел в комнате на своей кровати со своей большой ручкой и блокнотом и сочинял истории большинство из них были очень обыденны и банальны, но меня что-то привлекало в теме несбывшихся мечтаний. Я всегда снова и снова возвращался к этой теме так как мне кажется, что эта тема является одной из самых насущных и одно из самых трудных для людей». Мотив «борьба».

- «Мне выпала эта возможность я решил, что время переезжать в калифорнию что я и сделал дела у меня пошли не очень удачно, я даже был вынужден рассматривать вариант продажи моей собаки». Инварианты «отправка» и «начинающееся противодействие» - введение главного героя в активные сюжетные действия.

- «Вечером я пошел на матч с участием Мохаммеда али и внезапно оказалось, просто он великолепен, он смог выстоять и даже повалил чемпиона, я подумал какая история мотивации, и я начал писать сценарий». Данная часть содержит

¹¹⁷ Сильвестр Сталлоне - Мотивация Рокки Бальбоа - Мотивационная речь // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1UoYhDUqgNQ> (дата обращения: 06.11.2023).

инвариант «получение волшебного средства», главный герой получает идею для написания сценария.

- «10 процентов оказалась в итоговом сценарий, но он был завершён, и я впервые встретил Ирвина Линкера, мне кажется, я тогда пришел на кастинг мы общались. Я им очень признателен за их проницательность и терпение и за то, что они были готовы пойти на риск качества». «Действия будущего дарителя» раскрываются в данном отрывке, где дарителем выступает режиссер фильма.

- «Путь к успеху начинается с мечты, и за мечту не надо платить, она Бесплатна, но самое трудное — это не дать мечте умереть». Завершается история мотивами «воцарение» и «победа».

3. Нарративная цепочка: обличение-борьба-начинающееся противодействие-отправка-получение волшебного средства-действия будущего дарителя-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Метафора: выпала возможность, не дать мечте умереть;

Мотивационные советы: «Путь к успеху начинается с мечты, и за мечту не надо платить, она Бесплатна, но самое трудное — это не дать мечте умереть».

Литота: была настолько маленькой, что я мог открыть окно и закрыть дверь.

5. Разговорный стиль речи.

Семнадцатый видеоролик¹¹⁸ рассказывает историю становления Джейсона Стэтхэма. Мотивация от Джейсона Стэтхэма | Советы от голливудского актера¹¹⁹.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим материал с нарративной точки зрения:

¹¹⁸ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и YouTube // Litera. 2024. № 9. С. 44-58. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.9.71765

¹¹⁹ Мотивация от Джейсона Стэтхэма | Советы от голливудского актера // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=rkBYGy_Mw3A&list=RDCMUClQwee4W3DnKOqZqtVEeN5Q&index=41 (дата обращения: 06.11.2023).

- «Он не сразу стал высокооплачиваемым актером, до своей актерской карьеры он занимался торговлей часов и украшениями на улице». Мотив «обличение», предполагающий рассказ о достижениях главного героя.
- «До своей актерской карьеры он занимался торговлей часов и украшениями на улице. Не останавливайся, продолжайте как бы плохо вам ни было, не сдавайтесь, даже если вы не достигаете желаемых результатов, продолжайте делать свое дело до конца». Данная часть показывает то, какие стартовые возможности имел мужчина до появления на экранах, мотив «недостача».
- «Многие люди, увидев ваш результат, будут пытаться высказать негатив, если нечего сказать хорошего, то лучше промолчать». Инвариант «происки антагониста».
- «Вы заставляете себя делать то, что у вас вызывает страх, когда ты доказываешь себе, что ты это можешь, то и уверенность в тебе повышается, вследствие чего вы испытываете очень приятные эмоции и становитесь морально сильнее». Мотив «борьбы».
- «Не упusti момент. Иногда ты оказываешься в нужном месте в нужное время и, конечно, встречаешь нужного человека и вот тогда перед тобой открываются все двери». «Первое появление волшебного дарителя» и «получение волшебного средства».
- «Можно сказать, вплоть до 32 лет я был обычным аферистом, я едва ли думал, что моя жизнь может круто измениться, а жизнь круто изменилась после встречи с кинорежиссером Гаем Ричи». Мотивы «перемещение в иное царство» и «действия будущего дарителя».
- «Джейсону почти 53 года, однако находится он в отличной физической форме, актер не скрывает что раньше позволял себе то, что запрещено, но он начал нормально тренироваться». Завершается история инвариантами «победа» и «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-недостача-происки антагониста-борьба-первое появление волшебного дарителя-получение волшебного средства-перемещение в иное царство-действия дарителя-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Метафора: открываются все двери;

Фразеологизм: в нужное время в нужном месте;

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

Разговорная речь: жизнь круто изменилась.

5. Разговорный стиль речи.

Восемнадцатый видеоролик мы разделим на четыре части и будем считать, как четыре нарративно отдельных произведения, это связано с тем, что в нем раскрываются сразу четыре главных героя с историями из жизни. Сильнейшая мотивация! Как потерять ВСЕ и достигнуть успеха? Самые вдохновляющие жизненные истории¹²⁰!

1. (см. Приложение I).

2. Отметим, что данный видеоролик мы рассматриваем, как 4 разных работы, так как в нем содержатся истории, связанные с четырьмя разными людьми. Рассмотрим нарративную сторону первого материала:

- «**Каждому из нас знакомо имя Сильвестр Сталлоне, мы знаем его как одного из самых величайших актеров Голливуда, который снялся во многих популярных на весь мир фильмах, но не каждый знает, что за его успехам скрывается история невероятной и тяжелой борьбы**». Мотивы «обличение» и «борьба».

¹²⁰ СИЛЬНЕЙШАЯ МОТИВАЦИЯ! Как Потерять ВСЁ И Достигнуть Успеха? Самые Вдохновляющие Жизненные Истории! // YouTube. URL: https://youtu.be/ADpbRT04jyM?si=MXlu0FJ7_FzzOzz9 (дата обращения: 06.11.2023).

- «Он родился в Нью-Йорке, и сразу после рождения часть его лица было парализована. У него возникли серьезные проблемы, которые привели к дефекту речи, из-за чего в школе его считали изгоем». Данная часть содержит информацию о том, с какими проблемами столкнулся актер с рождения. Сюда входит история буллинга и болезни, мотивы «трудная задача», «происки антагониста».
- «Все это усугубляется тем, что родители его развелись, несколько лет он провёл в приемной семье, в школе его постоянно отстраняли за драки, неподобающее поведение и плохие оценки. Все это привело к тому, что позже он попал в школу для трудных детей, где учителя предрекали ему в будущем электрический стул. А он мечтал стать актёром, но не удивительно что все люди смеялись над его мечтой». Развод родителей можно рассматривать как инвариант «отлучка», школу для трудных подростков мы рассматриваем как мотив «перемещение в иное царство».
- «После школы он поступил в колледж, где начал изучать драматургию, но не закончив его, переехал в Нью-Йорк, чтобы начать актерскую карьеру». Мотивы «отправка» и «начинающееся противодействие», где герой входит в активное состояние.
- «Дела складывались наихудшим образом, после многочисленных кастингов, он получал лишь незначительные роли в массовке. Он был в ужасном финансовом положении - денег не хватало, чтобы элементарно оплачивать проживание. Самый худший период в его жизни наступил тогда, когда у него не было денег, чтобы прокормить своего лучшего друга - свою собаку, из-за чего он был вынужден продать ее за 25 долларов, чтобы та не умерла от голода». Мотив «борьба», герой сталкивается с ужасными жизненными обстоятельствами, которые для него являются безвыходными, однако он не сдается.
- «Через две недели он увидел бой Мухаммеда али Чакам, после которого у него возникла идея написать сценарий к фильму про боксера неудачника, у которого была уникальная возможность изменить свою жизнь». Данный бой воспринимается как «получение волшебного средства».

- «Он пришел домой и после трех бессонных ночей сценарий был написан, он назвал его Рокки. Поначалу продажи сценария не увенчались успехом, мужчина множество отказов, но в конце концов он встретил продюсеров, которые готовы были купить его сценарий за 100 тысяч долларов». В данном отрывке можно заметить такие мотивы как «первое появление волшебного дарителя» и «действия будущего дарителя».

- «Дальнейшая судьба Рокки известна. Картина получила мировую популярность и стала вечным фильмом, который продолжает вдохновлять людей по сей день равно, как и история его создателя». Мотивы «победа» и «воцарение».

Нарративная цепочка: обличение-борьба-трудная задача-происки антагониста-отлучка-перемещение в иное царство-отправка-начинающееся противодействие-борьба-получение волшебного средства-первое появление волшебного дарителя-действия будущего дарителя-победа-воцарение.

Следующая история связана с Джоан Роулинг, писательницей мирового уровня. Рассмотрим нарративную сторону видеоролика с ее участием:

- «Британская писательница Джоан Роулинг, подарившая всему миру Гарри Поттера, в самом начале своей карьеры в буквальном смысле потеряла все». Мотив «обличение» автор рассказывает нам о писательнице Джоан Роулинг.

- «Когда ей было 25 лет, ее мама умерла от рассеянного склероза. После чего она решила начать новую жизнь и уехала в Португалию, где начала преподавать английский язык». В данном отрывке говорится о том, как женщина потеряла мать. Мотив «отлучка» и «отправка». Ей необходимо было начать новую жизнь вдали от горя.

- «Там же она познакомилась со своим первым мужем, через год у них родилась дочь и вроде бы ничего не предвещало беды, но через несколько месяцев муж выгнал ее из дома с младенцем на руках, без денег, без работы, без семьи». Мотив «происки антагониста», где антагонистом выступил муж писательницы.

- «С ребенком на руках Джоан вернулась Британию. В тот момент ещё никому не известная писательница достигла самого дна, она жила со своим ребенком

на пособие в семьдесят фунтов, которых едва хватало на оплату крошечной квартиры и самой дешёвой еды». Инвариант «борьба» и «перемещение в иное царство».

- «Редакторы советовали Джоан найти работу, потому что, как они заявляли, детские книги уже не продаются, первый тираж Гарри Поттера и философского камня был выпущен тиражом всего в тысячу экземпляров, 500 из которых были бесплатно разосланных библиотеки». Девушка продолжала работать, ее навыки росли, она добилась успеха, мотив «трансфигурация».

- «Но этого было достаточно для того, чтобы признать ее работу лучше детской книгой года Великобритании, после этого права на американское издание было выкуплено на аукционе за 100 тысяч долларов». Мотив «победа».

- «Джоан не остановилась на этом и сосредоточилась на продолжение истории про Гарри Поттера, после выхода первой книги, она выпустила еще девять книг про волшебный мир, которые стали самой продаваемой серией в истории уступив лишь библии, превратив ее в одну из самых богатейших писательниц мира». Инвариант, завершающий произведение, называется «воцарение».

Нарративная цепочка: обличение-отлучка-отправка-происки антагониста-борьба-перемещение в иное царство-трансфигурация-воцарение.

Следующий ролик связан с историей мотивационного оратора Криса Гарднера. Рассмотрим нарративную составляющую его части материала:

- «Детство Криса было очень тяжелым, он вырос в неполной семье, никогда не знал своего отца. У него были очень сложные отношения с отчимом. Он не смог поступить в колледж из-за чего в 17 лет он намеренно изменил свои сведения о возрасте, чтобы пойти на службу военно-морские силы». Данный отрывок раскрывает стартовую позицию героя в истории. Отметим, что здесь нет мотива «обличение», однако присутствуют инварианты «нарушение запрета», «разведка антагониста» (отношения с отчимом), «отправка».

- «В 20 лет, окончив военную службу, он устроился на работу в больницу, которая занималась поставкой медикаментов и медицинского оборудования. Работа не приносила много денег, ему нужно было срочно найти новый источник дохода». Мужчина сталкивается с проблемой, которую ему будет необходимо решить. Именно здесь мы сталкиваемся с инвариантом «начинающееся противодействие».

- «В восемьдесят первом году произошло событие, которое изменило судьбу молодого человека. На парковке Крис увидел хорошо одетого бизнесмена за рулем Ferrari, поговорив с ним, Крис узнал, что работает этот человек брокером на фондовой бирже, после этой встречи Крис полностью пересмотрел свои цели в жизни». Мотивы «первое появление будущего дарителя», «действия будущего дарителя».

- «Он бросил свою прежнюю работу, решив начать карьеру в сфере биржевой торговли, у него не было ни специальных знаний, ни опыта, но он не собирался сдаваться и все свое рабочее время проводил за телефоном, обзванивал клиентов и вот, наконец, после долгих месяцев в тяжелой работе, Крис успешно сдаёт экзамен на права работать брокером». Можно заметить такие мотивы, как «получение волшебного средства», «борьба».

- «Вскоре после этого он переходит на более высокооплачиваемую работу, карьера Криса начала развиваться в восемьдесят седьмом году, когда он основал свою компанию». История завершается инвариантом «воцарение».

Нарративная цепочка: обличение-отправка-начинающееся противодействие-первое появление волшебного дарителя-действия будущего дарителя-получение волшебного средства- борьба-воцарение.

Следующая история содержит информацию об американской писательнице Элизабет Мюррей. Рассмотрим ее с нарративной точки зрения:

- «История Элизабет, девушки, которая, будучи бездомным ребенком, смогла поступить и окончить Гарвардский университет, поистине вдохновляет и дает

надежду абсолютно каждому человеку». «Обличение» - мотив, который предполагает воспевание главного героя в самом начале истории.

- «Жизнь девочки не задалась с самого ее рождения, сказать, что Лиз была желанным ребенком в семье было сложно, она родилась в семье наркоманов, которые не могли прокормить даже себя, не говоря уже о маленькой девочке. В семье помимо Лиз росла уже старшая сестра, и вместе девочкам приходилось выживать в жестокой реальности». В данном отрывке говорится о стартовой позиции героя в истории, она бедна и несчастна. Мотив «трудная задача.

- «В восемьдесят пятом году Лиз пошла в школу, но постоянно возникающий стыд из-за своего неухоженного внешнего вида вынудил ее и начать тайком прогуливать уроки. Когда ей было 11 лет, ее родители разошлись, а через два года в одну из ночей между матерью и ее новым ухажером разгорелась страшная ссора, из-за которой Лиз вместе с матерью были вынуждены сбежать из дома». «Происки антагониста», где антагонистом выступает отчим девочки.

- «Уход из дома стал стартом бездомной жизни. Поначалу их пускали переночевать друзья, потом они с матерью ночевали на скамейке в парке, а в девятилетнем возрасте перед рождеством мать девочки умерла». Инварианты «отправка» и «начинающееся противодействие».

- «Однажды, из разговора со своими приятелями, она узнала о школе, куда принимали проблемных подростков, встретившись основателем школы и рассказав ему свою историю, он согласился дать шанс девочке и принял ее в школу». «Появление волшебного дарителя».

- «Несмотря на всю безвыходность своего положения, она каждое утро шла в школу не пропускала ни одного занятия. За два года ей удалось завершить 4летнюю программу». Мотивы «борьба», «трансфигурация».

- «Основатель школы привел ее в Гарвардский университет и сказал, что нет ничего невозможного». В данном случае волшебный даритель помогает главному герою до конца, инвариант «действия будущего дарителя».

- **«В 2009 году лис успешно окончила Гарвардский университет, сейчас она выступает в качестве мотивационного оратора».** История завершается мотивами «победа» и «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-трудная задача-происки антагониста-отправка-начинающееся противодействие-первое появление волшебного дарителя-борьба-трансфигурация-действия будущего дарителя-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Метафора: разгорелась ссора, источник дохода, достичь дна, вечный фильм;

Эпитет: страшная ссора, жестокая реальность, крошечная квартира;

Мотивационные советы: нет ничего невозможного,

5. Разговорный стиль речи.

В двадцать втором видеоролике мы можем столкнуться с историей известного ученого Альберта Эйнштейна. Альберт Эйнштейн - История жизни великого ученого! Краткая биография и интересные факты¹²¹.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим материал с нарративной точки зрения:

- **«Эйнштейн величайший ученый 20 века и один из самых гениальных умов всех времен и народов. Лучше всего известен в связи со своей теорией относительности, открытия великого гения в науке дали огромные моменты роста математики и физики в двадцатом столетии. Он является автором около 300 работ по физике, а также автором 150 книг в области других наук».** Мотив «обличение» рассказывает о том, какие достижения были у главного героя в жизни.

- **«Место, где Альберт появился на свет... 14 марта 1879 года в небогатой семье евреев. Отец гениального физика Герман занимался наполнением матрасов перьевой набивкой, мать Паулин Эйнштейн была домохозяйкой. Через год после рождения семья переехала в Мюнхен, здесь Герман основал новую фирму-магазин электротехники. Отец хотел, чтобы тот стал инженером электриком,**

¹²¹ Альберт Эйнштейн - История жизни великого ученого! Краткая биография и интересные факты | E=mc2 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=edGDYuu70qI&t=1s> (дата обращения: 06.11.2023).

это определенным образом повлияло на Альберта. Мать же была против точных наук и считала, что ни к чему хорошему это не приведет». Мы можем ознакомиться с базовыми моментами начала жизни главного героя. Можно заметить следующие инварианты «отлучка», «запрет», «нарушение запрета».

- «Эйнштейн получил в местной католической школе классическую модель образования, Альберт возненавидел ее сразу с детства, школьники должны были ходить по струнке, а за каждый неправильный ответ их били. В Германии начинали усиливаться антисемитские настроения, и сверстники часто задирали мальчика за его происхождение». Инварианты «происки антагониста» и «недостача».

- «В 1888 году 19-летний Альберт поступил в гимназию, которая славилась уровнем преподавания математики и естественных наук, и древних языков». «Отправка» герой входит в активное состояние.

- «В 1894 году в связи с интересами фирмы его семья переехала в Италию, Альберт же остался, и его ожидала жизнь в мюнхенском обществе, поскольку нужно было окончить школу. Он не смог вынести все и грусти и одиночества, потом уже через полгода постучался в дверь в родительского дома. Так Эйнштейн оказался в положении бросившего школу подростка который скрывается от армии». Мотив «начинающееся противодействие».

- «Он решил поступить в техникум, но провалив французский и ботанику, остался не у дел. Заметивший способного математика директор дал ему добрый совет получить аттестат в швейцарской школе и прийти к ним еще раз». «Первое появление волшебного дарителя».

- «Успешно работал, но в свободное время занимался наукой, потихоньку публикуя свои первые доклады о частной теории относительности. Открытие теории относительности произвело колоссальный резонанс в обществе». Мотивы «победа» и «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-отлучка-запрет-нарушение запрета-происки антагониста-недостача-отправка—начинающееся противодействие-первое появление дарителя-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная речь: ходить по струнке;

Метафора: постучался в дверь родительского дома;

Эпитет: величайший ученый;

Фразеологизм: остаться не у дел;

Гипербола: колоссальный резонанс;

5. Разговорный стиль речи.

Двадцать третий материал связан с историей Арнольда Шварценеггера. Рассмотрим ее более подробно. Арнольд Шварценеггер - Мотивационная речь, которая изменит твою жизнь! | Мотивация 2021¹²².

1. (см. Приложение I).

2. Проанализируем нарративную часть данного материала:

- «Люди не становятся успешными случайно. Что было моей большой мечтой? Стоять на сцене и поднимать трофей над головой и выигрывать соревнования за соревнованиями. Это была отличная цель, тебе нужно иметь цель и не обязательно предельно точную, но тебе нужно иметь какую-то цель». Мотив «обличение».

- «Я так тоже делал в юности, вешал на стену фотографии других боксеров, а также фотографии пауэрлифтеров и тяжелоатлетов, вся стена была ими оклеена. Каждый раз, когда я ложился спать и когда вставал, я видел все эти фотографии и они мотивировали меня». Данный отрывок содержит сразу несколько инвариантов: «начинающееся противодействие», «волшебное средство».

¹²² Арнольд Шварценеггер - Мотивационная речь, которая изменит твою жизнь! | Мотивация 2021 // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=1_Hk1xT7iyc (дата обращения: 06.11.2023).

- «Мне не терпелось выполнить приседания со штангой или жим ногами с весом в двести двадцать килограммов, мне не терпелось скорее приступить к подъему на бицепсы, потому что я знал, что каждое повторение, каждый подход, каждый поднятый вес приближал меня к осуществлению моей цели». Ин-вариант «борьба».

- «Один раз было такое требование от режиссера, он мне сказал, что все очень просто, что в день начала съемок ты должен будешь встать на весы, если там будет больше 95 килограмм, ты не снимаешься у меня. Я стал работать над этим, я стал четко представлять себе более худого фигуриста, атлета. Это был путь к моей цели». Мотив «трансфигурация».

- «Так что тебе нужно будет выделить час в день и сказать себе, что я буду тренироваться по часу каждый». Мотив «борьба» и «победа».

3. Нарративная цепочка: обличение-начинающееся противодействие-получение волшебного средства-борьба-трансфигурация-борьба-победа.

4. Средства выразительности:

Мотивационные советы: «Так что тебе нужно будет выделить час в день и сказать себе, что я буду тренироваться по часу каждый»;

5. Разговорный стиль речи.

Следующая история содержит информацию о том, как выстраивался образ Коко Шанель. Нищая сирота шила монашкам одежду и изменила мир | История Коко Шанель и бренда Chanel¹²³.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим нарративную сторону контента:

- «Мы познакомим вас с биографией действительно великой женщиной по имени Коко Шанель, а также расскажем благодаря чему же ее бренд стал самым узнаваемым целом мире». Мотив «обличение».

¹²³ Нищая "сирота" шила монашкам ОДЕЖДУ и изменила МИР | История Коко Шанель и бренда "CHANEL" // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gFqiTHiOw8c&t=4s> (дата обращения: 06.11.2023).

- «Основательница бренда Шанель Габриэль Бонер Шанель появилась на свет в далёком 1883 году в маленьком городке в центре Франции, в 1885 году у нее умерла мама, и так уж получилось, что родной отец малышки принял решение отдать ее в приют». «Недостача» и «трудная задача».

- «С 1902 года девушка воспитывалась монахинями, которые научили ее шить». В данном отрывке главная героиня приобретает очень навык для воцарения. Мотив «волшебное средство».

- «В 16 лет девушке удалось устроиться на работу в магазин носочно-чулочных изделий, где она подрабатывала швеей за копейки, а уже немного позже по вечерам Габриэль пела в одном из местных баров, где также иногда шила костюмы для выступлений певиц». Мотив «отправка». Героиня входит в активную фазу сюжетных действий.

- «Она познакомилась с очень влиятельным на тот период французским аристократом и всего через несколько встреч, девушка просто собрала свои вещи и уехала с ним в его поместье в ролик в надежде, что сможет завоевать внимание». «Начинающееся противодействие».

- «Наша героиня настояла на том, чтобы открыть свой первый салон конечно же денег и возможностей у нее не было много». Мотивы «трансфигурация», «перемещение в иное царство».

- «Она видела моду другой, более простой элегантной и эстетичной, и точно уверена в том, что сможет внести свой вклад в ее развитие. Все началось со шляпок, которые Коко Шанель сшила». Мотив «борьба», девушка вступает в конфронтации с модой того времени.

- «Девушку стали приглашать на званые ужины и вечеринки и обеды». Мотив «победа».

- «В 1915 году, когда Коко Шанель было всего 32, ее имя было известно во всех уголках Парижа». Мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-недостача-трудная задача-получение волшебного средства-отправка-начинающееся противодействие-трансфигурация-перемещение в иное царство-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Метафора: завоевать внимание;

Синекдоха: во всех уголках Парижа;

5. Разговорный стиль речи.

Двадцать пятый видеоролик связан с историей развития компании Амазон. Проанализируем данный материал более подробно. Джефф Безос - История Успеха Самого Богатого Человека в Мире¹²⁴.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим нарративную часть материала:

- «Джефф Безос самый богатый человек планеты, который стал основателем крупнейший торговой интернет-площадки Amazon». Мотив «обличение».

- «Джефф появился на свет 12 января 1964 года в Альбукерке, его матери Жаклин на тот момент едва исполнилось 17 лет, отец его был на 2 года ее старше, он выступал в цирке, был легкомысленным и ветреным юношей». Мотив «недостача».

- «Огромную роль в воспитании будущего бизнесмена сыграли дедушка и бабушка по материнской линии, с 4 до 16 лет он проводил каждое лето у них на ранчо, где помогал деду по хозяйству мастерил с ним в гараже всякие хитроумные устройства». «Действия будущего дарителя», где бабушка с дедушкой выступают дарителями.

- «Уже в начальной школе он стал одним из лучших учеников». Инвариант «трансфигурация».

- «Окончив с отличием школу, юноша поступил в Принстонский университет, где осваивал электронную инженерию и компьютерное программирование,

¹²⁴ Джефф Безос - История Успеха Самого Богатого Человека в Мире // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9XKAhYmmKw&t=49s> (дата обращения: 06.11.2023).

получив красный диплом в 1986 году, он устроился в маркетинговый отдел компании по продаже оптоволоконного кабеля». Мотив «отправка».

- «Джефф стал всерьез задумываться над собственным бизнес-проектом, который дал бы возможность реализовать его амбициозные планы наблюдая за стремительным развитием интернета он понял, что в скором времени львиная часть продаж будет осуществляться через всемирную сеть». Мотив «начинающееся противодействие».

- «Свою интернет-компанию он основал в 1995 году офис, которой первое время располагался в обычном гараже, будущий миллиардер собственноручно сколотил офис из деревянных дверей, закупил компьютерную технику и нанял небольшой штат сотрудников». Инвариант «борьба».

- «Все это привело к тому, что уже к концу 1997 года клиентами компании Amazon стали более миллиона человек, за один год доходы компании выросли почти в 10 раз». Мотивы «победа» и «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-недостача-действия будущего дарителя-трансфигурация-отправка-начинающееся противодействие-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: сколотил офис из деревянных верей, мастерил хитроумные устройства;

Метафора: сколотил офис;

Эпитет: самый богатый, крупнейшая сеть, хитроумные устройства, ветреным юношей;

Фразеологизм: львиная часть/доля;

5. Разговорный стиль речи.

Следующий материал связан с историей создания компании Луи Витон. Проанализируем более подробно данный. «Нищий» работяга по имени Луи придумал бренд Louis Vuitton | История бренда Луи Виттон¹²⁵ (см. Приложение III).

Двадцать седьмой материал связан с историей развития компании Apple. В видеоролике рассказывается о том, как шли к успеху ее основатели. Как вонючка делал товары для мажоров | История Apple, Стива Джобса, iPhone, iPod, Mac OS, iTunes¹²⁶.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим из каких инвариантных блоков состоит видеоролик:

- **«Чертовски невероятная история Стива Джобса, основателя Apple началась с того, что в молодости большинство его соседей в Калифорнии в 70-ых были гениями и изобретали всякие супер хитровыдуманные приборы».** Мотив «обличение».

- **«У Джобса был друг Стив Возняк, суперботаник и гений электроники, который словно маг и волшебник мог собрать компьютер, используя вдвое меньше микросхем, чем обычно».** Мотив «первое появление волшебного дарителя».

- **«И однажды как снег на голову Возняка осенила идея создать цельный системный блок, чтобы все было в одной коробке. Когда изобретение было готово, Джобс был поражен».** «Получение волшебного средства».

- **«Он решил, что это удивительное изобретение должно приносить им доход и сказал:**

¹²⁵ "Нищий" работяга по имени Луи придумал бренд Louis Vuitton | История бренда Луи Виттон // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MdJGtF1LLUs&t=2s> (дата обращения: 07.11.2023).

¹²⁶ Как вонючка делал товары для мажоров | История Apple, Стива Джобса, iPhone, iPod, Mac OS, iTunes и.. // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UKgfqz6pCMI&t=1s> (дата обращения: 07.11.2023).

- «Даже если прогорим, у нас будет своя компания, раз в жизни мы хотя бы узнаем, что это такое». В данном отрывке присутствует мотив «начинающееся противодействие», когда герои вступают в активную сюжетную фазу.
- «Их выступление не произвело особого впечатления, но один человек заинтересовался. Владелец компьютерного магазина. Ему нужен был товар на продажу и он сделал заказ на 50 компьютеров». «Действия волшебного дарителя».
- «Джобс умудрился получить огромную скидку на детали, поэтому они произвели компьютеров вдвое больше запланированного: 50 продали владельцу магазина, а оставшиеся 50 распродали по друзьям. Бизнес закрутился и они собрали еще сотню компьютеров и стали предлагать их в магазины электроники втрое дороже себестоимости». Мотив «перемещение в иное царство».
- «Но и конкуренты не дремали, в 1976 году компьютерные магазины стали появляться как грибы после дождя». «Борьба».
- «Джобс понял, что для того, чтобы выйти на новый уровень, товар должен продаваться не только собранным, но и полностью укомплектованным, чтобы не нужно было отдельно докупать монитор, клавиатуру, корпус и блок питания». Инвариант «трансфигурация».
- «Чтобы выделиться среди остальных и ошарашить аудиторию, Джобс обтянул стенд бархатом и сделал эффектное освещение. Он даже впервые в жизни прилично оделся. В блестящем бежевом корпусе Apple II выглядел солидно, доступно и просто, в отличие от пугающих металлических коробок конкурентов. Впервые люди сами шли к Джобсу, а не он к ним. Прямо на этой выставке он получил заказ на 300 компьютеров. Apple наконец-то стала настоящей компанией с дюжиной работников. Команда перебралась из гаража в офис в Купертино». Инвариант «победа».

- «Apple стала самой успешной компанией за всю историю биржи. В 25 лет Джобс стал сказочно богат с состоянием в 256 миллионов долларов». Мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-первое появление волшебного дарителя-получение волшебного средства-начинающееся противодействие-действия будущего дарителя-перемещение в иное царство-борьба-трансфигурация-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: хитровыдуманные приборы, конкуренты не дремали, умудрился, бизнес закрутился, ошарашить аудиторию;

Метафора: конкуренты не дремали;

Фразеологизм: снег на голову;

Гипербола: сказочно богат.

5. Разговорный стиль речи.

Следующий видеоролик о том, как создатель компании Sony выстраивал собственную жизнь и маркетинговую стратегию. Как один закомплексованный японец переиграл всю Америку | История Sony¹²⁷.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим из каких нарративных блоков состоит материал:

- «В 1958 году с одного из складов вдруг украли 4000 приемников Sony. Тот склад был затрамбован приемниками других брендов, но воры взяли именно только Sony. А все потому, что соньковские приемники по качеству рвали все остальные бренды». Мотив «обличение».

- «История Сони завертелась еще вообще в допотопные времена, когда в 45-м вдруг скинули атомную бомбу на Японию, тысячи людей ну прям мгновенно

¹²⁷ Как ходячий комплекс из Японии ушатал всю Америку | История Sony, Walkman, Playstation и Акио Мориты // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=K6i_xnHv10c (дата обращения: 07.11.2023).

превратились в жареные угольки, а место превратилось в выжженную пустыню и обуглившиеся руины. Вот тогда японцы конкретно наложили в штанишки. Но был один военный инженер, который был бодрячком». Мотивы «трудная задача» и «недостача».

- «Марита был одержим всякой хитровыдуманной аппаратурой, еще когда пешком под стол ходил». В данном отрывке говорится об интересах и талантах главного героя. Мотив «отправка».

- «А когда он учился в университете, уже вовсю вдруг разбушевалась Вторая Мировая война и вся страна побежала воевать, но Марита не воевал. Он проводил для военных всякие хитроумные исследования». Мотив «начинающееся противодействие».

- «Он однажды познакомился с супергением электроники, инженером Массарой Ибукой, вот он был суперручным, который в натуре реально всё мог». «Первое появление волшебного дарителя».

- «Марита увидел одну из этих газет после окончания войны, и сразу же узнал своего старого дружаню, и написал ему письмо, что типа горит желанием помогать в новом деле. А Ибука позвал его к себе в Токио». Мотив «перемещение в иное царство».

- «Они учредили новую компанию, когда все скинулись баблом, то в сумме наскребли примерно 500 баксов. Конечно же, этой смехотворные суммы ни на что не хватало, большая часть бабла в стране была заморожена с целью борьбы с инфляцией. В итоге банки деньги зажали выдавать, поэтому Марита часто кланчивал деньги у своего богатенького отца». Мотив «борьба».

- «Он осознал, что не нужно впаривать магнитофон всем подряд, нужно найти конкретную целевую аудиторию. Они заметили, что в судах не хватало стенографистов и Марита, благодаря связям, продемонстрировал в верховном суде магнитофон g-type с функцией записи голоса и в один миг продал сразу аж 20 магнитофонов». «Трансфигурация» связана с трансформацией компании в более известную и востребованную.

- «**Перебравшись в Америку, Марита продолжил поиск и в 1957 году, наконец нашел одного американского торговца, которому понравились радиоприемники, у него была сеть аж на 150 магазинов, и он готов был заказывать аж по 100 тысяч радиоприемников**». Мотив «победа».

- «**Эти японские приёмники ворвались на американский рынок, и потребителям эти девайсы понравились, зарегистрировав название Sony в 170 странах и территориях**». Мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка видеоролика: обличение-трудная задача-недостача-отправка-начинающееся противодействие-первое появление волшебного дарителя-перемещение в иное царство-борьба-трансфигурация победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: ворвались на рынок, американского торговца, впаривать магнитофон, в один миг продал, зажмотили, выклянчивал, дружаню, соньковские, хитровыдуманным;

Метафора: ворвались на рынок;

Фразеологизм: в один миг;

5. Разговорный стиль речи.

Двадцать девятый видеоролик содержит историю компании Nike, разберем данный видеоролик более подробно: Как продавец обуви стал обувным титаном? | История Nike Фила Найта (компания Найк)¹²⁸.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим нарративную сторону материала:

- «**Я расскажу какой кошмар с ними творился то, как они чуть 10 раз не разорились, как конкуренты чуть до могилы их не давили, как они все же выстояли, встали с колен и, вопреки всему, еще и всех обогнали и сейчас стали культовым брендом**». Мотив «обличение».

¹²⁸ Как продавец обуви стал обувным титаном? | История Nike Фила Найта (компания Найк) // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=b3m_DIKTJEo&t=1s (дата обращения: 07.11.2023).

- «Началось все с того, что Фил Найт в юности с ума сходил, мечтая стать известным спортсменом, но его выгнали из бейсбольной команды, он был бледным и худым как щепка, но он решил не сдаваться и занялся бегом, но и здесь он тоже не добился каких-то особых результатов». Мотивы «недостача», «трудная задача». Главный герой ставит перед собой цель, которой он не может достичь, однако он не сдается.

- «В 24 года подумал, что, может быть, есть какой-то другой способ почувствовать то, что чувствуют спортсмены, когда побеждают, и это привело его к безумной идее. Ему очень нравились японские кроссовки tiger, он верил, что вот они произведут революцию на рынке обуви в США, поэтому в 1963 году он рванул в Японию, и там он нашел обувную компанию onitsuka, которая делала эти кроссовки». «Отправка». Молодой человек входит в активные сюжетные действия.

- «На этой встрече он добавил, что в Америке весь рынок захватила Adidas, но их цены очень высокие, если зайти на рынок с ценами ниже, чем у них, то это будет очень прибыльно, ведь как-никак, а потенциал рынка миллион долларов есть». Мотивы «получение волшебного средства» и «первая встреча с дарителем».

- «Трудно представить себе такое, но в своем гараже он прямо днями и ночами вручную изготавливал и модернизировал обувь, его целью была легкость». Мотив «начинающееся противодействие».

- «Он изменил тактику и начал предлагать эти кроссовки напрямую тренерам и бегунам прямо на спортивных соревнованиях, и вот тогда заказы полились рекой, ведь Найт срубил джекпот, трудно было поверить такому ошеломительному успеху». Мотив «борьба».

- «Парень хранил кроссовки в подвале своего дома, и когда он достиг рекордного объема продаж в 3250 пар, подвал на это стал слишком тесным для бизнеса и он арендовал квартиру под офис, а чуть позже они наконец открыли свой первый магазин в Санта-Монике». «Перемещение в иное царство».

- «У Найта появился крайне редкий шанс всему миру показать кроссовки Nike в Чикаго, в 1972 году проводилась выставка производителей и, самое интересное, то, что на этой выставке был заклятый враг onitsuka». Мотив «борьба».

- «Nike ездил по всей стране и посещал все спортивные мероприятия, он поведовал как евангелия и приводил тысячи новообращенных в магазин, а в семьдесят втором году он установил новый рекорд США в беге и делал это в кроссовках Nike, и этим он генерировал тысячи долларов для компании превращая Nike символ бунтарства и в 73-м году объем продаж компании вырос еще на 50 процентов, достигнув 4 миллиона 800 тысяч долларов». «Победа» и «воцарение».

3. Рассмотрим нарративную цепочку из матриц: обличение-недостача-трудная задача-отправка-первая функция дарителя-получение волшебного средства-начинающееся противодействие-борьба-перемещение в иное царство-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: срубил джекпот, сходил с ума;

Метафора: заказы полились рекой, творился кошмар;

Эпитет: безумная идея;

Фразеологизм: заклятый враг, довести до могилы;

5. Разговорный стиль речи.

Тридцатый содержит информацию о том, как развивался создатель компании Старбакс, о развитии самой компании. Как продавец посуды стал кофейным гигантом? | История Старбакс Говарда Шульца¹²⁹.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим то, какими нарративами пользовался автор произведения при его

¹²⁹ Как продавец посуды стал кофейным гигантом? | История Старбакс Говарда Шульца (компания Starbucks) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2pvE51S1wMg&t=2s> (дата обращения: 08.11.2023).

создании:

- «Никто в США не закупал так много ручных кофеварок, как Старбакс, это не давало покоя Говарду». Мотив «начинающееся противодействие».
- «Оказалось, люди предпочитают ручные кофеварки, потому что им нравится сам процесс приготовления, и кофе в них не пригорает в отличие от электрических кофеварок, когда парень за прилавком протянул Говарду кофе, его пар и аромат казалось обволакивают все лицо, добавлять сахар и молоко считалось смертным грехом. Говард сделал пробный глоток и от удивления его глаза широко раскрылись, он был пленен необыкновенным вкусом». Мотив «получение волшебного средства».
- «Starbucks открылся в 1971 году с тридцатью сортами цельнозернового кофе. Это был просто магазин, кофе в чашках тогда еще не продавали, тогда и зародилась традиция общаться с покупателями и делиться знаниями о хорошем кофе, общение сближало людей и запуская сарафанное радио, поэтому клиентская база быстро росла». Мотив «трансфигурация».
- «Он бросил свою престижную работу, солидную зарплату ради этой крошечной компании из пяти кофейен, многим это казалось безумием, но Говард думал не о том, какой была Starbucks, о том думал об экспансии в другие города, почему бы и остальным жителям Америки не испытать восторг от настоящего кофе». Мотив «перемещение в иное царство».
- «Отчаяние Говарда усиливалось, руководители еще долго сопротивлялись, но в какой-то момент они наконец позволили ему открыть в центре Сиэтла один espresso bar, в тот день Америка впервые попробовала кофе латте, за сутки в кофейне побывало вдвое больше посетителей, чем обычно в других магазинах». Мотивы «борьба» и «победа».
- «В 1990 году удалось собрать рекордные 13 с половиной миллионов долларов». Мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка видеоролика: начинающееся противодействие-получение волшебного средства-трансфигурация-перемещение в иное царство-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: казалосьсь безумием;

Метафора: обволакивает лицо;

Эпитет: престижная работа, солидная зарплата;

5. Разговорный стиль речи.

Последний проанализированный видеоролик связан с историей миллионера Брайана Трейси. Брайан Трейси - Привычки на Миллион долларов¹³⁰.

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим материал с нарративной точки зрения:

- **«Неважно откуда вы пришли, важно куда вы направляетесь. Я родился в бедной семье, был убежден, что мне никогда не удастся разбогатеть. Чем отличается успешный человек от обычного? Основная разница состоит в том, что только три процента людей имеют записанные на бумаге цели в жизни, 97 процентов не имеют четко сформулированных целей».** В данном отрывке зрителю рассказывают о том, как главный герой рос, какие у него были базовые возможности. Мотив «недостача».

- **«Ключом к высоким достижениям является ежедневная работа над теми задачами, которые влекут за собой значимые последствия и ведут вас к целям, хорошим упражнением в конце дня будет постановка вопросов, по типу что сегодня я сделал для достижения моей основной цели, что я буду делать завтра и на следующей неделе для ее достижения?»** В данном отрывке мы можем заметить мотив «трансфигурация», который выражен изменениями персонажа.

- **«Я неорганизованный, всегда опаздываю, у меня ничего не получается, я делаю все только в последний момент, нет, это просто то решение, которое вы**

¹³⁰ Брайан Трейси - Привычки на Миллион долларов // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7BNR6Ayu0uk&t=2s> (дата обращения: 08.11.2023).

осознанно или неосознанно приняли когда-то в отношении себя, моя мысль заключается в том, что если бы вы захотели, вы смогли бы прекрасно распоряжаться временем, если вы научились управлять автомобилем или пользоваться мобильным телефоном, вы научитесь управлять и временем». Мотив «борьба», где герой имеет определение проблемы, ему необходимо научиться - «Примите решение стать примером для окружающих людей, когда вы решаете, что будете служить примером для окружающих, вы становитесь ролевой моделью для себя и других». «Победа» и «воцарение».

3. Нарративная цепочка: недовольство-трансформация-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Риторический вопрос: Чем отличается успешный человек от обычного?

Мотивационные советы: «Примите решение стать примером для окружающих людей, когда вы решаете, что будете служить примером для окружающих, вы становитесь ролевой моделью для себя и других»;

5. Разговорный стиль речи.

Итоги второй главы:

1. МК на платформе You-Tube имеет большее количество задействованных нарративных матриц, чем контент на других платформах. Необходимыми для построения мотивирующего контента являются следующие мотивы: обличение, борьба, отправка, начинающееся противодействие, первое появление будущего дарителя, получение волшебного средства, победа, воцарение, трансформация. При этом выбор той или иной нарративной функции зависит исключительно от автора произведения.
2. Авторы выбирают нарративные матрицы, основываясь на принципе успешного донесения собственной позиции и модели поведения главного героя. Таким образом, сказочное повествование, знакомое зрительской аудитории с детства, способно внушить нежелательные установки, идеологию, способную развалить как жизнь человека, так и общество.

3. Каналы, представленные на видеоплатформе You-Tube, в основном являются зарубежными. Также существуют адаптированные под русскоговорящую аудиторию каналы, на которых публикуется ссылка на приобретение литературы, курсов по улучшению качества жизни и консультации.
4. Следовательно, это доказывает, что МК платформы You-Tube распространяется в негативном проявлении и не имеет первичной цели помочь разрешить кризисную ситуацию.
5. В свете напряженной общественно-политической обстановки МК при помощи нарративизации мышления способен влиять на зрителя, разрушая его гражданскую позицию.
6. Типизируя мышление по нарративным структурам, авторами нарушается зрительское критическое оценивание происходящих социальных, политических, личностных изменений.
7. Авторы задействуют в истории большее число нарративных матриц, так как помещают в материал больше информации о жизни героя. Цель их использования заключается:
 - «Обличение» создатели МК используют для знакомства главного героя медиапроизведения с аудиторией. Данная матрица отвечает за дальнейший интерес к видеоролику, поэтому авторы часто используют средства художественной выразительности для усиления эффекта кризисной ситуации у персонажа.
 - «Начинающееся противодействие» - раскрывает проблему главного героя в уже начавшемся действии. Если в TikTok для этого используется функция «недостачи», там проблема возникает из детства и раскрывается на протяжении долго времени, то на платформе You-Tube авторы чаще показывают главного героя уже готового к «отправке».
 - «Отправка» является стартовой точкой для начала борьбы главного героя с наступившим кризисом.
 - «Первое появление волшебного дарителя» - мотив, который иногда

пропускают авторы МК, так как в основе материала стоит история реального человека. Отличительной чертой данной нарративной матрицы является появление героя-помощника или героев-помощников. Такие герои способны дать шанс главному герою, чтобы тот получил первоначальный опыт (часто в историях со знаменитостями), именно этот опыт становится основой для достижений конечной цели.

- «Получение волшебного средства» - мотив, который мы можем разделить на два аспекта. Во-первых, под волшебным средством подразумевается контракт, роль в кинофильме (у знаменитостей), деньги (у бизнесменов), знания или опыт. Во-вторых, в МК герой является сильнее, он не нуждается в волшебном дарителе, так как способен получить волшебное средство самостоятельно.
 - «Борьба» - мотив, который предполагает прямое столкновение с кризисной ситуацией в МК.
 - «Победа» - без данной матрицы невозможен финал произведения. Для автора часто важно показать стартовую позицию главного героя и конечную точку. То, к чему приводят действия главного героя, который использует приведенную ролевую модель поведения.
 - «Трансфигурация» - изменения персонажа в сравнении с началом медиапроизведения. Естественная трансфигурация контрастирует с мотивом «обличение», так как в обличении показан герой до начала борьбы с кризисной ситуацией. Иногда трансфигурация у героя бывает вынужденной (чаще у знаменитостей), она обозначает необходимость в изменениях для входа в какое-либо сообщество.
 - «Воцарение». Данная нарративная матрица показывает результат пути, во всех видеороликах МК главный герой проходит через обряд инициации.
8. При публикации контента авторы задействуют большее число инструментов платформы, следовательно, такой контент лучше проработан визуально и сюжетно. Такая проработка имеет большее влияние на просмотревших

материал подписчиков.

9. Авторы используют обложки с главным персонажем произведения. Но практически всегда используют нарратив «обличение», который более подробно рассказывает предысторию главного героя.
10. Практически все проанализированные истории платформы You-Tube несут позитивный оттенок, не смотря на присутствующие сложности в жизни главного героя, они оканчиваются мотивами «победа» и «воцарение». Данные мотивы способны повлиять на восприятие личности собственного кризиса, сказочные нарративы помогают разрешить «сказочные» проблемные ситуации, но практическая польза в реальной жизни от них минимальна.
11. Иногда нарративы повторяются несколько раз из-за сложности кризисной ситуации и жизненного пути главного героя. Это также связано с большим количеством времени, которое имеется у создателей МК на данной видеоплатформе. Стоит отметить, что данная возможность отсутствует у авторов платформы TikTok.
12. Среди бинарных оппозиций мы можем выделить базовые социальные потребности: успех/неудача, трудная/легкая жизнь, богатство/бедность. За счет проработки данных потребностей нарратор способен внушить зрительской аудитории необходимую для автора точку зрения.
13. Основной темой МК на платформе You-Tube является карьера и бизнес.
14. Часто можно в видеороликах присутствуют мотивационные советы для аудитории, которые не несут никакой практической пользы.
15. На платформе YouTube авторы используют такие средства выразительности, как метафоры, эпитеты, риторические вопросы, лексические повторы и обращения. Это связано с тем, что создатели контента стараются смоделировать коммуникативную ситуацию, предполагающую доверие и эмоциональную вовлеченность.

Глава 3. Мотивирующий контент платформы TikTok в структурном, психологическом и материально-технологическом аспектах

§1. Особенности исследования сервиса коротких вертикальных видеороликов TikTok

Анализ платформы TikTok: углублённое исследование и ключевые характеристики.

TikTok представляет собой сервис коротких вертикальных видеороликов, платформу, которая, по сравнению с другими изученными нами ресурсами, содержит наиболее непрофессиональный контент. Это связано с низким порогом входа для создателей и тем, что огромное количество видеоматериалов порой приводит к снижению качества изображений и видео. В результате зрители чаще всего не склонны уделять время на детальный разбор менее качественного контента, особенно в условиях обилия информации.

Материалы для исследования были выбраны на основе трёх ключевых показателей: количества просмотров, комментариев и соответствия тематике. Особенностью платформы TikTok является то, что она активно стимулирует развитие клипового мышления, особенно у молодёжи. «По мнению психологов, современное поколение подростков всё чаще демонстрирует клиповое мышление. Этот тип мышления характеризуется восприятием информации через короткие, яркие сообщения в виде небольших видеоклипов. При таком восприятии человек не рассматривает мир как целостную картину, а видит его фрагментированным, как серию несвязанных между собой моментов и идей. TikTok особенно способствует такому типу восприятия, предлагая пользователям нескончаемую ленту коротких видеороликов, насыщенных яркими образами и музыкальным сопровождением. В большинстве случаев эти видео не несут глубокого смысла, кроме развлечения или шокирования»¹³¹.

¹³¹ Дворянчиков Я.В., Шепелев Е.С. Роль TikTok в социализации детей и подростков // Форум молодёжной науки. — 2021. — №. 6. — С. 14.

Одним из аспектов, заслуживающих особого внимания, является низкий уровень взаимодействия между блогерами и их аудиторией. В отличие от других социальных платформ, где диалог между создателем контента и подписчиками активнее, на TikTok этот контакт часто ограничен. В комментариях подписчики нередко задают уточняющие вопросы, однако авторы редко на них отвечают. Это приводит к тому, что полноценное взаимодействие и взаимопонимание между двумя сторонами не достигается. Несмотря на доверительный тон многих видеороликов, анализ показал, что в большинстве случаев авторы не выходят на контакт с подписчиками вне рамок созданного видео.

Однако, даже при таком ограниченном взаимодействии, TikTok остаётся успешной платформой для достижения целей авторов — мотивация и внушение необходимой модели поведения для аудитории осуществляется через сам процесс просмотра контента. Это говорит о том, что для создания успешного видео на TikTok не всегда требуется тесный диалог с подписчиками. И тем не менее, даже при минимальном взаимодействии с аудиторией, TikTok доказывает свою эффективность как средство вовлечения пользователей. Исследование показало, что конечная цель автора — привлечение внимания и вовлечение зрителей в просмотр видео — достигается даже без обратной связи. Это свидетельствует о том, что на TikTok ключевым фактором успеха является не столько диалог, сколько создание привлекательного, быстро усваиваемого контента, который удерживает внимание зрителя буквально с первых секунд.

Что касается визуальной составляющей мотивирующего контента на TikTok, видеоролики часто не имеют чёткой структуры или деления на части, посвящённые жизни или деятельности главного героя. Среди распространённых методов, используемых для привлечения внимания аудитории, можно выделить обложки с изображением персонажа, краткие характеристики, которые могут быть указаны на изображении, а также использование реальных видео и фотографий из жизни героя. Тем не менее, платформенные тренды показывают, что для успешного привлече-

ния внимания используются определённые визуальные приёмы. Среди них — обложки с изображением персонажа, иногда с краткой характеристикой, субтитры для удобства восприятия текста, а также видеоклипы и фотографии, иллюстрирующие отдельные моменты из жизни героя.

Мы также проанализировали длинные видеоролики на платформе, которые обладают расширенным набором нарративных функций, таких как использование более сложных визуальных эффектов и наличие более глубокого нарратива. Эти ролики, несмотря на свою длину, могут иметь не меньшее влияние на аудиторию, чем короткие видео, типичные для TikTok.

Вышеобозначенные длинные вертикальные видеоролики, которые встречаются на платформе реже, но при этом обладают большим функционалом и способны привлекать более глубокое внимание зрителей. Такие видео обычно используют более сложные техники монтажа, визуальные эффекты и включают развернутый нарратив. Это подчеркивает, что даже в среде с преобладанием короткого контента можно добиться успеха, создавая более продолжительные истории.

Наше исследование также направлено на то, чтобы доказать, что создатели контента на TikTok используют похожие стратегии на YouTube. Влияние на аудиторию аналогично: вне зависимости от платформы, ключевые элементы успеха остаются одинаковыми — это привлечение внимания, удержание зрителей и создание эмоционального отклика. Кроме того, мы выявили, что авторы TikTok заимствуют многие принципы работы с аудиторией у создателей контента на YouTube. Наша задача — доказать, что, несмотря на различие в форматах, обе платформы имеют схожее воздействие на аудиторию, основанное на тех же психологических и социальных механизмах. Для нашего анализа мы выбрали 28 видеороликов на TikTok. Один из материалов включал три отдельных истории, что позволило рассматривать его как четыре медиапроизведения, каждая часть из которых имела собственную уникальную структуру и сюжет.

Интересным выводом стало также то, что TikTok трансформировал не только формат подачи контента, но и ожидания пользователей. В эпоху стремительно развивающихся технологий и информации, люди ищут контент, который мгновенно удовлетворяет их потребности в развлечении и информации. Платформа обучает зрителей потреблять информацию быстро и поверхностно, что может оказывать долгосрочное влияние на их когнитивные способности и поведение в будущем.

§2. Специфические особенности мотивирующего контента платформы TikTok

В данном параграфе мы проанализируем то, каким является мотивирующий контент платформы TikTok. Мы уже доказали, что материалы, размещенные на платформе YouTube, построены по в соответствии с нарративными матрицами В.Я. Проппа, они предлагают достаточно стандартную модель поведения в рамках кризисной ситуации и показывают уровень рецепции человека. Таким образом, под выборку МК из TikTok-а попали 30 видеороликов, которые размещены в различных профилях. Нашей задачей является контент-анализ, способный доказать, что мотивирующий контент вышеобозначенной платформы построен с помощью определенных нарративных конструкций, что он способен предлагать модель поведения, что он показывает уровень рецепции подписчиков.

Рассмотрим первый видеоролик¹³², размещенный в TikTok. В нем содержится информация о Уитни Вульф¹³³, она является создательницей одного из известных приложений для знакомств.

1. (см. Приложение II).
2. Рассмотрим нарративную структуру материала:

¹³² История Веры Араловой // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNwyeURD>. (дата обращения: 15.11.2023).

¹³³ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и YouTube // Litera. 2024. № 9. С. 44-58. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.9.71765

- «Свой первый бизнес она запустила в 19 лет, еще во время учебы Уитни придумала дизайн бамбуковых сумок и основала благотворительную организацию HelpUs, каждая сумка стоила 24 доллара, а деньги от продажи она отдавала на благотворительность». В данном отрывке мы знакомимся с главной героиней видеоролика. Автор обозначает ее достижения, что уже обозначено инвариантным мотивом «обличение», который предполагает воспевание героя. Также зритель может заметить, что героиня выполняет роль благотворителя, что можно соотнести с инвариантами «действия будущего дарителя» и «воцарение».
- «В 2011 Вульф переехала в Лос-Анджелес и устроилась менеджером по маркетингу в только что зарождающуюся компанию Tinder». В данном отрывке содержится мотив «отправка».
- «Кстати, само название Tinder придумала именно Вульф. Однако в 2014 году Уитни покинула сервис, ссылаясь на глупое отношение, сексуальное домогательство». В данном отрывке можно увидеть мотивы «происки антагониста», «начинающееся противодействие», где героиня сталкивается с домогательством со стороны руководства и решает создать собственный бизнес.
- «Уитни впала в глубокую депрессию, просто выгорела. Но ей написал глава сервиса знакомств Badoo и предложил работу». «Первое появление дарителя» и «борьба».
- «Уитни отказала, но предложила инвестировать в совместный стартап Bumble, исключительной особенностью которого является то, что мужчина первым писать не может». В данном отрывке содержатся мотивы «действия будущего дарителя», «перемещение в иное царство».
- «Успех от стартапа превзошел все ожидания, в первый же месяц его скачали более 100 тысяч раз». Инвариант «победа».
- «Сегодня в данном приложении больше ста миллионов пользователей, в 150 странах. Уитни Вульф принадлежит 12% компании, а ее долю оценили в 1,6, миллиардов долларов». Инвариант, который завершает все повествование, называется «воцарение».

3. Рассмотрим цепочку из нарративных матриц: обличение-действия будущего дарителя (в рамках обличения)-воцарение (в рамках обличения)-отправка-происки антагониста-начинающееся противодействие-первое появление дарителя-борьба-действия будущего дарителя-перемещение в иное царство-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: кстати;

Метафора: зарождающаяся компания;

5. Разговорный стиль речи.

Следующий видеоролик¹³⁴ содержит информацию о девушке, которая нарисовала на салфетке логотип для компании и получила за это большое количество денег (*см. Приложение IV*).

Третий видеоролик¹³⁵ содержит историю об известном дизайнере, которого зовут Филипп Плейн¹³⁶.

1. (*см. Приложение II*).

2. Рассмотрим, из каких нарративных блоков состоит видеоролик:

- **«Я начал работать в 1998 году, мой череп с камушками появился в 2002 году на одежде. Вот так все начиналось».** Мотив «обличение».

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

¹³⁴ История Паулы Шерп // TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@artemkey_new/video/7255010704325889285?_r=1&_t=8j1b9drSZPN&social_sharing=1 (дата обращения: 15.11.2023).

¹³⁵ История Филиппа Плейна // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNwyndJH> (дата обращения: 15.11.2023).

¹³⁶ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и YouTube // *Litera*. 2024. № 9. С. 44-58. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.9.71765

- «Никто не покупает мою габаритную мебель, и я решил, что на следующую выставку я обязательно приеду с аксессуарами для интерьера, а не буду таскаться со всеми этими столами, креслами и стульями». Мотив «отправка».

- «Я освоил технологию горячего прядения и склеивания и стал делать подушки Сваровски». Мы видим переход из одного состояния в другое, «трансфигурация».

- «И вот в Париж, на выставку 2001 года я вернулся с кипой подушек в стразах, они разлетелись как горячие блинчики, потому что никто не делал подушки со стразами». «Борьба», мужчина начинает создавать собственный бренд.

- «Затем в Кельне происходила международная выставка мебели, Я купил старую винтажную армейскую куртку и наклеил на не старых. На выставке все спрашивали у меня о том, где я взял эту куртку». «Получение волшебного средства».

- «На второй день выставки я решил ее продать, а потом я продал еще сотни таких курток». «Победа» и «воцарение».

3. Рассмотрим нарративную цепочку: обличение-начинающееся противодействие-отправка-трансфигурация-борьба-получение волшебного средства-победа-воцарение.

4. Средства выразительности

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

Идиома: расходились как блинчики;

Гипербола: продал соткни таких курток;

5. Разговорный стиль речи.

Четвертый видеоролик¹³⁷ рассказывает историю известной модели и блогера Беллы Порч.

1. (см. Приложение II).

¹³⁷ История Беллы Порч // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNwPksjv> (дата обращения: 15.11.2023).

2. Рассмотрим нарративную структуру материала:

- **«Белла родилась на Филиппинах, они вместе с младшим братом жили в трущобах».** Мотивы «обличение» и «недостача».
- **«Когда Белле исполнилось 14, она с приемной семьей переехали в США».** Мотивы «отправка» и «начинающееся противодействие».
- **«А в начале 2020 года по совету друзей установила тикток, чтобы развлекаться в свободное время».** В данном отрывке можно заметить такие мотивы как «перемещение в иное царство».
- **«Видео под трек M to the B принесло девушке огромную популярность».** Мотивы «получение волшебного средства», «победа», «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-недостача-начинающееся противодействие-отправка-перемещение в иное царство-получение волшебного средства-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: трек, жили в трущобах;

5. Разговорный стиль речи.

Пятый видеоролик¹³⁸ рассказывает историю известного на весь мир блогера-геймера Мистера Биста.

1. *(см. Приложение II).*

2. Рассмотрим нарративную сторону материала:

- **«Мистер Бист, Мистер Бист, Мистер Бист. Да кто такой этот Мистер Бист, на платках Форбс, на плакатах у девочек, везде он. Откуда эти миллионы, которые раздает он случайным людям?»** Мотив «обличение», который раскрывается более подробно в следующей реплике.
- **«Первые видео он грузил еще в 2012 году, когда ему было 13. То есть да тринадцатилетний школьник просто проходил игры, в итоге стал самым попу-**

¹³⁸ История Мистера Биста // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNKRhm2x> (дата обращения: 15.11.2023).

лярным и самым богатым ютубером в истории. С одной стороны невероятная история, с другой стороны представьте сколько мам наслушались от школьников, что школьники играют в игры и станут такими же популярными как Бист». Мотив «обличение» отображает то, что люди хотят быть похожими на главного героя произведения.

- «Рос он в небогатой семье, ходил в христианское место обучения. Каждый доллар для него был ценен». В данном отрывке нам показывают базовые возможности главного героя. Мотив «недостача».

- «Спустя пять лет, Бист меняет свой подход и начинает делать вещи, привлекающие его внимание». Мотив «трансфигурация».

- «Считает до ста тысяч, это видео длилось один день, потом считает до двухсот тысяч, крутит спиннер целый день». Своего рода «борьба» за внимание происходит у блогера на просторах интернета.

- «В тот момент он получил долгожданное внимание и повысил градус и уровень своих экспериментов». Мотив «победа».

- «2017 год стал для него определяющим дальнейшую судьбу!» В данном отрывке мы можем заметить мотив «воцарение».

3. Рассмотрим нарративную цепочку: обличение-недостача-трансфигурация-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: ютубер, то есть да, школьник просто играл в игры;

Лексический повтор: Мистер Бист, Мистер Бист, Мистер Бист.

Риторический вопрос: Да кто такой этот Мистер Бист, на платках Форбс, на плакатах у девочек, везде он. Откуда эти миллионы, которые раздает он случайным людям?»

Эпитет: долгожданное внимание;

5. Разговорный стиль речи.

Шестой видеоролик¹³⁹ содержит информацию об известном американском бизнесмене Майкле Рубине (*см. Приложение IV*).

Седьмой видеоролик¹⁴⁰ содержит информацию о Джейн Биркин (*см. Приложение IV*).

Следующий материал¹⁴¹ содержит информацию о брате Илона Маска.

1. (*см. Приложение II*).

2. С нарративной точки зрения видеоролик делиться на следующие мотивы:

- «**Это младший брат Илона Маска, на самом деле он не менее успешен, чем Илон. Его сейчас состояние семьсот миллионов долларов**». Инвариант «обличение».

- «**Хочу рассказать вам историю, вообще, чем он занимается. Его зовут Кимбал, вместе с Илоном вырос в Южной Африке, Дальше они переехали в Онтарио, что поступить в университет**». Мотив «отправка».

- «**Позже они с Илоном сделали свой первый стартап, который называется Zip2**». «Начинающееся противодействие».

- «**Спустя 4 года они его продали, эти деньги он вложил в новый стартап Илона, В итоге это стало частью платежной системы PayPal. Дальше он вложил в Тесла. Он занимается предпринимательством, владелец компании, которая управляет тремя сетями ресторанов по США**». Инвариант «переход в иное царство», мы видим, что главный герой не просто помогает брату, он сам занимается собственным бизнесом.

- «**Основная страсть – сельское хозяйство. Его конечная цель – помощь брату в покорении космоса. Он хочет стоять с братом в одном ряду людей, которые меняют будущее человечества**». Мотив «воцарение».

¹³⁹ История Майкла Рубина // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNKL1A1o> (дата обращения: 15.11.2023).

¹⁴⁰ История Джейн Биркин // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNKm2EeC> (дата обращения: 16.11.2023).

¹⁴¹ История Илона Маска // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNKmh2t> (дата обращения: 16.11.2023).

3. Нарративная цепочка: обличение-отправка-начинающееся противодействие-перемещение в иное царство-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: Хочу рассказать вам историю, вообще чем он занимается;

5. Разговорный стиль речи.

В девятом видеоролике¹⁴² блогеры решили рассказать о мужчине, который придумал продавать букеты из фруктов (*см. Приложение IV*).

Десятый видеоролик¹⁴³ содержит информацию о бизнесе индуса, который придумал план того, как можно обхитрить большие компании по производству энергетиков¹⁴⁴.

1. (*см. Приложение II*).

2. Рассмотрим нарративную сторону материала:

- «У этого индуса состояние 1 миллиард долларов. Он настоящий гений маркетинга, благодаря одной классной идее, он смог победить такие компании как Ред булл и Монстер». Мотив «обличение».

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

- «Но он был умный мужик и заметил, что некоторые клиенты не полностью пьют энергетик. То есть они чуть-чуть выпивают, а дальше выкидывают. Это навело его на мысли сделать баночку нестандартной формы». Мотив «трудная задача»

- «Он сделал маленькие баночки, чтобы можно было залпом выпить. Эти банки можно было ставить на полку, где стоят обычные энергетики, можно

¹⁴² История Тарека - создателя букетов из фруктов // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNKct-mYP> (дата обращения: 16.11.2023).

¹⁴³ История бренда энергетических напитков 5-hour ENERGY // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNK39Uq7> (дата обращения: 16.11.2023).

¹⁴⁴ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н. Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и YouTube // Litera. 2024. № 9. С. 44-58. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.9.71765

было ставить и на кассу». «Решение трудной задачи» и «начинающееся противодействие».

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

- «Уже в 2012 году его годовая выручка 1 миллиард долларов». В данном отрывке присутствует инвариант «победа»,

- «Если у тебя есть классная фишка и мозги, то на конкурентом рынке, ты можешь выделяться и конкурировать с огромными гигантами». Мотив «воцарение».

3. Рассмотрим нарративные матрицы в рамках цепочки: обличение-отправка-трудная задача-решение-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

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

Метафора: навело на мысли;

Обращение: смотрите;

Эпитет: огромная проблема;

5. Разговорный стиль речи.

Следующий видеоролик¹⁴⁵ содержит историю бизнесмена Маса, который тоже сталкивался с различными кризисами личности (*см. Приложение IV*).

Двенадцатый видеоролик¹⁴⁶ содержит историю российского предпринимателя Николая Сторонского.

1. (*см. Приложение II*).

2. Рассмотрим материал с нарративной точки зрения:

¹⁴⁵История Маса // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNK3C4Qs> (дата обращения: 17.11.2023).

¹⁴⁶История Николая Сторонского // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNoLayYK> (дата обращения: 17.11.2023).

- «Николая Сторонского также российского предпринимателя не так много человек знают, хотя он в 2015 сделал компанию Revolut и в 2021 его компания уже стоила 33 миллиарда долларов». Мотив обличение, где автор рассказывает о достижениях главного героя для того, чтобы познакомить читателя с героем и заинтересовать его.

- «Это международная компания, и он ее сам с нуля построил. Отучился в физтехе в Российской экономической школе. В 2006 году он перебрался в Лондон». Мотив «отправка», главный герой перебирается в новое место.

- «Устроился там работать в банк трейдером. После разорения банка он перешел в другой банк и там проработал 5 лет трейдером. Он был очень успешным трейдером. Очень много зарабатывал». Мотив «трансфигурация».

- «В 2014 году он задумал уйти из банка. Решил создать свою компанию. Ему все говорили, что он совершает ошибку. Но он все-таки решается». «Начинающееся противодействие», которое предполагает вступление в активную фазу действия и мотив «борьба», он решает доказать всем, что он прав.

- «За 1 год по его бизнес плану он хотел привлечь 30000 пользователей, но из-за того, что его идея оказалась классной, он привлек 300000 пользователей». В данном отрывке присутствует инвариант «победа».

- «Дальше у него был какой-то феноменальный рост, на самом деле им вдохновлялись другие бизнесмены. И к 2021 году оценка компании дошла до 33 миллиардов долларов». Мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-отправка-трансфигурация-начинающееся противодействие-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: классная идея;

Метафора: построить с нуля;

Эпитет: феноменальный рост;

5. Разговорный стиль речи.

Тринадцатый материал¹⁴⁷ рассказывает историю мужчины, который превратил свое хобби в бизнес.

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим нарративные мотивы данного видеоролика:

- «Построили компанию стоимость 3 миллиарда долларов, они соединили велотренажеры и нетфликс и сделали просто бум. Это Джон, в начале 2010 он увлекся сайклингом, но была большая проблема, которую он заметил, финальной точкой стало то, что перед ним стоял столб и он не видел тренера».

Мотив «обличение».

- «С идеей о том, что велотренажерам нужны экраны он пошел по инвесторам. 400 инвесторов ему отказали, но все-таки в 2012 ему дают 3,5 миллиона долларов». В данном отрывке присутствуют инварианты «борьба» и «трудная задача».

- «Он выпускает первые прототипы, в конце 2013 он отрывает первый магазинчик, начинает продавать велотренажеры». Мотив «начинающееся противодействие».

- «Сразу же у них стали покупать по пять штук каждый день, у них пошел феноменальный рост». Мотивы «победа» и «воцарение».

- «В чем же их секрет? Они поняли, что люди хотят заниматься у харизматичных тренеров. Они стали нанимать тренеров и делать из них звезд».

3. Нарративные мотивы: обличение-борьба-трудная задача-начинающееся противодействие-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: магазинчик, сделали просто бум;

Метафора: делать из них звезд;

Риторический вопрос: В чем же их секрет?

5. Разговорный стиль речи.

¹⁴⁷ История Джона // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNoLgDGa> (дата обращения: 17.11.2023).

Четырнадцатый материал¹⁴⁸ содержит историю мужчины, который разочаровался в работе в Google.

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим материал с нарративной точки зрения:

- «Этот парень сделал приложение, а через 2 года его уже продал за 1 миллиард долларов. Это Кевин, и он был разочарован работой в гугле, потому что он хотел больше ответственности». Мотив «обличение».

- «Он пришел к начальству, а ему сказали, чтобы он поиграл лучше в гольф, короче, он увольняется, устраивается в один стартап, но потом он оттуда уходит и переезжает в Мексику». Инварианты «недостача» и «отправка».

- «Живет в Мексике в общежитии и создает свой стартап, который называется Bourbon. Это приложение для регистрации на основе местоположения». Мотивы «борьба» и «начинающееся противодействие».

- «В течение 9 месяцев он получил 80 клиентов, так было до тех пор, пока он не понял, что приложением пользуются больше, как для фото и видео. Девушка Кевина все равно не постила туда никакие фото, но он добавил туда фильтры». Мотивы «трансфигурация» и «победа».

- «Он убрал все остальные функции и стал бить только в функцию фото, спустя 2 года Марк Цукерберг купил приложение за миллиард долларов». Завершается повествование мотивом «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-недостача-отправка-начинающееся противодействие-борьба-трансфигурация-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: стал бить только в функцию фото;

5. Разговорный стиль речи.

¹⁴⁸ История Кевина // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNoLws7p> (дата обращения: 17.11.2023).

Пятнадцатый материал¹⁴⁹ содержит историю о предпринимателе, который придумал расширения в браузеры по всему миру.

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим нарративную часть материала:

- «Этот предприниматель зарабатывает 10 миллионов в год, у него даже нет сотрудников. Его зовут Амит Агарвал, он из Индии. Он создает расширения в гугле». Инвариант «обличение».

- «Он научился программировать и создал несколько продуктов. Один из его продуктов – расширение, которое позволяет отправлять большое количество электронных писем». Мотив «отправка», который ознаменует начало истории.

- «Он для этого сделал то, что людям дешево можно программировать, он понял, что нужно создать ему продукт, который нужен людям. А не который они хотят». «Начинающееся противодействие», которое обозначает начало активных действий героя.

- «Его гениальность в том, что продуктивность нужна людям и всем поколениям каждый год, он просто всего лишь автоматизирует свой продукт». В данном отрывке происходит восхваление героя, которое часто можно встретить в различных волшебных сказках, мотив «победа».

- «У его продуктов безумное количество загрузок». Инвариант «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-отправка-начинающееся противодействие-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: безумное количество загрузок, его гениальность в том...;

5. Разговорный стиль речи.

¹⁴⁹ История Амита Агарвала // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNoFwBJB> (дата обращения: 17.11.2023).

Шестнадцатый материал¹⁵⁰ заключил в себя историю мужчины, который создал подушку для, которую расценивают как самую удобную в мире (*см. Приложение IV*).

Семнадцатый видеоролик¹⁵¹ содержит историю мужчины, который придумал лапшу быстрого приготовления.

1. (*см. Приложение II*).

2. Рассмотрим мотивы, которые содержатся в данном видеоролике:

- **«Момофуку Андо именно он придумал лапшу быстрого приготовления в Японии».** Мотив «обличение».
- **«На дворе был 1955 год, именно в этот год ему пришла идея создания быстрой лапши приготовления, он проходил в Японии мимо очередного ларька, где приготавливали рамен, и он подумал о том, как бы сделать лапшу быстрого приготовления, которая хранилась бы еще очень долго».** В данном отрывке можно заметить изначальные данные главного героя, который старается придумать что-то новое, мотив «начинающееся противодействие».
- **«Было огромное количество попыток сделать лапшу, все неудачи и неудачи, но вот однажды у него это получилось сделать».** В данном отрывке присутствует мотив «борьба».
- **«Это был 58 год, и он выпускает свою первую лапшу вот в этой узнаваемой упаковке под брендом Nissin».** «Получение волшебного средства».
- **«Распространение лапши было настолько быстрое, что уже спустя 10 лет в год они продавали три с половиной миллиарда лапши».** Инвариант «победа».
- **«В 70 они решают выходить на рынок Америки, они разрабатывают такую кружку, куда заливаешь кипяток и получается еда».** Мотив «перемещение в иное царство».
- **«Компания вообще в космос улетела».** Мотив «воцарение».

¹⁵⁰ История Лина Делу // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNoYmTNA> (дата обращения: 17.11.2023).

¹⁵¹ История Момофуку Андо // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNo2ecUs> (дата обращения: 18.11.2023).

3. Нарративная цепочка: обличение-начинающееся противодействие-борьба-получение волшебного средства-победа-перемещение в иное царство-воцарение.
4. Средства выразительности:
Разговорная лексика: компания вообще в космос улетела;
Метафора: улетела в космос;
Гипербола: огромное количество попыток;
5. Разговорный стиль речи.

Восемнадцатый видеоролик¹⁵² рассказывает историю мужчины, который придумал держатель для телефона.

1. (см. Приложение II).
2. Рассмотрим материал с нарративной точки зрения:
 - «Он придумал вот эти штуки для телефонов – поп сокеты, кстати компания мужчины так и называется Pop sockets». Мотив «обличение», где показывают достижение главного героя.
 - «Основатель в 2015 году увидел проблему, что ему нужно на что-то облачивать телефон, поэтому он для себя решил сделать вот такую держалку». Мотив «отправка» - начало активного сюжета.
 - «Потом уже в 2014 году он сделал прототип на продажу. Откуда же он взял деньги? У него от лесного пожара сгорел дом». «Недостача» и «начинающееся противодействие».
 - «Ему правительство выделило деньги, так вот он в первую партию вложил эти средства. На основании первой партии он получил отзывы и как раз доработал продукт». Мотивы «получение волшебного средства» и «борьба» (доработка и сбор негативных отзывов).

¹⁵² История Дэвида Барнера // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFejr1cT> (дата обращения: 18.11.2023).

- «Получился всем известный нам поп сокет, эта штука настолько закрывала потребность людей, что она стала набирать обороты, спустя всего лишь два года они уже продавали 300 000 единиц товара». Инвариант «победа».

- «Все стали публиковать в социальные сети, блогеры и знаменитости подхватили. Уже в 2018 году, компания продала 60 миллионов единиц товара».

Завершающий историю мотив называется «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-отправка-недостача-начинающееся противодействие-получение волшебного средства-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: шутка, облокачивать телефон;

Риторический вопрос: «откуда же он взял деньги?»;

Метафора: подхватили тренд;

5. Разговорный стиль речи.

Следующий видеоролик¹⁵³ содержит историю женщины, которая научилась программировать в 87 лет.

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим нарративы в материале:

- «Этой бабушке 87 лет, и она сама научилась программировать и сделала популярное приложение среди пожилых людей». Мотив «обличение».

- «Она 40 лет проработала в банке и думала, что выйдет на пенсию и будет наслаждаться неторопливой жизнью, но ей было скучно». «Отправка».

- «Она, чтобы не скучать, купила себе компьютер, однако в 90 годах не было базовых курсов или книг для того, чтобы научиться пользоваться компьютером». Мотив «трудная задача».

- «Она решила научиться у ребят, которые в этом разбираются, пошла к студентам. Со временем поняла, что не существует приложений, которые были

¹⁵³ История женщины, которая научилась программировать в 87 лет // TikTok.
URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFejnkTQ> (дата обращения: 18.11.2023).

бы понятны для пожилых людей». «Трансфигурация», «начинающееся противодействие».

- «Она обратилась к разработчикам, с просьбой сделать приложение для пожилых, но ей отказали». «Недостача».

- «Она решила сама изучить код, сама сделала приложение hinadan. Его уже скачали более 100 тысяч раз». В данном отрывке мы видим инвариант «победа».

- «Даже Тим Кук пригласил ее на всемирную конференцию для разработчиков». Мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-отправка-трудная задача-трансфигурация-начинающееся противодействие-недостача-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Эпитет: неторопливая жизнь;

5. Разговорный стиль речи.

Двадцатый материал¹⁵⁴ повествует об истории самой богатой женщины в мире до 40.

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим нарративы:

- «Это самая богатая женщина в мире до 40 лет, она сделала себя сама». Мотив «обличение».

- «Ей сейчас 29 лет, а ее состояние уже 440 миллионов долларов. Родилась она в Сан-Франциско, у нее родители программисты-инженеры. И она уже со второго класса обучалась программированию». Здесь зрителю показаны стартовые позиции героя, мотив «отправка».

- «Когда она училась в средних классах, она участвовала в различных хокатонах, почти везде всегда побеждала». «Трансфигурация».

¹⁵⁴ История самой богатой женщины в мире до 40 // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFe6FVFB> (дата обращения: 18.11.2023).

- **«В конечном счете она бросает колледж, чтобы получить стипендию Питера Тили. Стипендия нужна для того, чтобы начинать что-то интересное, а не просто сидеть на учебе». «Начинающееся противодействие».**

- **«Она работала на сайте вопросов, там познакомилась со своим будущим партнером. Они поняли, что нужно создавать что-то свое». «Трудная задача».**

- **«В 2016 году они запускают свою компанию Scale. Они решили помогать компаниям делать нейросети». Мотивы «борьба» и «перемещение в иное царство».**

- **«В данный момент их компания оценивается в 7,3 миллиарда долларов. Сама она уже не занимается компанией, она занимается другими проектами, но ее капитал 440 миллионов долларов». «Воцарение» и «победа».**

3. Нарративная цепочка: обличение-отправка-трансфигурация-начинающееся противодействие-трудная задача-борьба-перемещение в иное царство-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: она сделала себя сама;

5. Разговорный стиль речи.

Двадцать первый материал¹⁵⁵ содержит историю успеха женщины, которая с нуля открыла собственный косметический бренд.

1. *(см. Приложение II).*

2. Рассмотрим инвариантные мотивы данного видеоролика:

- **«Во время беременности дочкой она решила сделать свой бьюти бренд, это был 2021 год, Лондон». Мотив «обличение».**

- **«А решила она это сделать, потому что у нее была сухость кожи во время беременности». Мотив «отправка».**

- **«Она выходец из южной Азии, ее бабушка всю жизнь на натуральных ингредиентах что-то такое делала. Она звонит бабушке и просит ее рассказать о**

¹⁵⁵ История создания бренда Delicious Body // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFe6ss75> (дата обращения: 18.11.2023).

том, как сделать кожу менее сухой». Мотивы «получение волшебного средства» и «действия будущего дарителя».

- «Ей этот лайфхак безумно помог, и она решила в Лондоне сделать свой бренд». «Начинающееся противодействие».

- «Она открывает свою свою страницу для продвижения, денег не было ни на маркетинг, ни на производство, она решила просто сделать одну единицу товара и просто вирусить ее». «Трансфигурация».

- «Продаж вообще не было, за месяц всего одну штуку купили. А потом она поняла, как работает вирусный маркетинг и за пару месяцев 200 тысяч подписчиков собрала в социальных сетях, появились заказы, а у нее нет товара». Мотив «борьба».

- «Она быстро выносит всю мебель из квартиры, своими руками делает баночки и коробочки, начинает продавать». «Победа», у девушки начали заказывать продукцию.

- «Сейчас она не производит большое количество товара, люди записывают предзапись. В предзапись записали 50 тысяч человек». Мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-отправка-действия будущего дарителя-получение волшебного средства-начинающееся противодействие-трансфигурация-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: штука, вирусить ее, лайфхак безумно помог;

5. Разговорный стиль речи.

Двадцать второй материал¹⁵⁶ содержит историю визажиста, открывшего компанию по производству спонжиков.

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим нарративы, при помощи которых построен материал:

¹⁵⁶История создания бренда бьюти-блендеров // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFEMQAN7> (дата обращения: 18.11.2023).

- «Эта женщина продает спонж и в год на этом зарабатывает 175 миллионов долларов, она тот человек, который изобрела бьютиблендер, сама основала компанию без инвесторов, без ничего, сама потихонечку, у нее 100% доли».

Мотив «обличение».

- «В начале на была обычным визажистом, она хороша в этом деле была настолько, что вверх по карьерной лестнице двигалась, работала со знаменитостями». Мотив «отправка».

- «Во время работы она заметила проблему, что те губки для макияжа, которые существовали не решил тех задач, которые нужно было. Она решила поэкспериментировать. В ходе эксперимента у нее получилась губка в виде яйца». «Борьба» и «начинающееся противодействие».

- «Губка оказалась настолько классной. Она решила сделать свою компанию. Свой товар она давала знаменитостям и популярным визажистам, чтобы ее упоминали». «Перемещение в иное царство».

- «У нее были первые продажи, но в самом начале она размещалась в небольших магазинчиках. Только в 2012 году большие ретейлеры ее заметили. Сефора предложили ее спонжи добавить в продуктовую матрицу». Мотив «победа» и «Действия будущего дарителя».

- «Ее компания пошла в рост, она перестала быть визажистом, и в 2019 году годовой оборот составлял уже 175 миллионов долларов». «Воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-отправка-начинающееся противодействие-борьба-перемещение в иное царство-действия будущего дарителя-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: оказалась настолько классной, потихонечку;

Метафора: компания пошла в рост;

5. Разговорный стиль речи.

Двадцать третий видеоролик¹⁵⁷ содержит историю создания популярных в 2016 году купальников.

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим нарративы в данном видеоролике:

- «Помните эти яркие бикини из 2016 года, а это их основательница, придумала она этот бренд, когда была на свидании со своим будущим мужем. Они сидели на свидании, подумали, что прикольно было бы сделать яркий купальник, в котором можно делать красивые фото». Мотив «обличение».
- «Они загораются этой идеей и на последние деньги переезжают в Гонконг, в однушку, питались они консервами». «Отправка».
- «Бюджета на маркетинг у них не было, но была одна важная особенность, кто бы ни публиковал фотки в этих купальниках, они всегда собирали больше лайков, чем любая другая фотка на странице». «Недостача» и «начинающееся противодействие»
- «Она подумали, что прикольно было бы, если бы знаменитости публиковали бы, тогда купальники в стратосфера улетели бы они выбирают в качестве знаменитости Кендалл Дженер, у которой есть 6 лучших друзей. Они высылают шести друзьям купальники, и эти девчонки опубликовали у себя на страницах фотографии. Кенделл заинтересовалась и написала им на почту». В данном отрывке можно заметить несколько мотивов: «получение волшебного средства», «действия будущего дарителя» и «борьба».
- «Стали купальники раскупаться, это стало трендом, на пике их компания стоила 200 миллионов долларов». Мотивы «победа» «воцарение».

3. Нарративные матрицы в виде цепочки: обличение-отправка-недостача-начинающееся противодействие-действия будущего дарителя-получение волшебного средства-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

¹⁵⁷ История создания бренда купальников // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFerRnSN> (дата обращения: 18.11.2023).

Разговорная лексика: было бы прикольно, однушка;

Метафора: компания на пике, загореться идеей;

5. Разговорный стиль речи.

Двадцать четвертый материал¹⁵⁸ повествует о школьнице, которая заработала большие деньги на продаже собственных картинок (*см. Приложение IV*).

Двадцать пятый материал¹⁵⁹ содержит историю мужчины, который смог распространить свою книгу, благодаря тиктоку внучки.

1. (*см. Приложение II*).

2. Рассмотрим материал с нарративной точки зрения:

- «Благодаря тиктоку ее дочери, книга отца пенсионера стала бестселлером. Лойд написал свою книгу еще 14 лет назад и выложил на Амазон, но продаж практически не было». Мотив «обличение».
- «Для понимания за 14 лет было продано штук 20 книг. Она вообще не имела успеха, ее никто не покупал». «Трудная задача».
- «Но Лойд оказался крепкий орешек, все равно не сдавался, по вечера сидел и продолжал писать вторую часть». Инвариант «борьба».
- «Как-то раз к нему зашла дочка, ей было очень жалко отца, что он столько лет старается, а результата ноль. Она взяла и засняла на свой телефон, чтобы выложить в тикток и попросить друзей поддержать его, купить его книгу». «Действия будущего дарителя».
- «Сняла ролик и пошла спать, когда утром она взяла телефон, она была в шоке. Ее видео набрало более 20 миллионов просмотров, миллионы лайков и кучи комментариев». Инвариант «получение волшебного средства».
- «Самое удивительное случилось на амазон, книгу стали раскупать бешеными темпами, из-за такого внимания у книги поднялся рейтинг, и она становится бестселлером». Мотив «победа».

¹⁵⁸ История Нилы Хейс // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFexxtTM> (дата обращения: 19.11.2023).

¹⁵⁹ История Ллойда // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFexD7gN> (дата обращения: 19.11.2023).

- «Через некоторое время видео набирает еще 15 миллионов просмотров, продажи продолжают расти». Мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-трудная задача-борьба-действия будущего дарителя-получение волшебного средства-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: была в шоке, кучи комментариев;

Метафора: продажи растут, крепкий орешек;

Эпитет: бешеные темпы;

5. Разговорный стиль речи.

Двадцать шестой материал¹⁶⁰ содержит историю создания бренда Victoria's Secret.

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим материал с точки зрения использованных нарративов:

- «Выпускник Стенфорда Рой Реймонд хотел купить подарок жене – нижнее белье, но в магазин идти стеснялся и тогда ему приходит идея в голову, создать шикарный магазин, где мужики не будут чувствовать себя извращенцами». Мотив «обличение».

- «Берет кредит в банке, 40 тысяч баксов и еще 40 тысяч занимает у родственников, открывает магазин и называет его Victoria's Secret». Инварианты «борьба» и «получение волшебного средства» (деньги).

- «Всего за один год он делает прибыли 500 тысяч долларов, выпускает каталог товаров и открывает еще три магазина, а через пять лет он продает компанию за 4 миллиона долларов». Мотивы «воцарение» и «победа».

3. Нарративная цепочка: обличение-борьба-получение волшебного средства-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: мужики не будут чувствовать себя извращенцами;

¹⁶⁰ История создания бренда Victoria's Secret // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFeQ2ESr> (дата обращения: 19.11.2023).

Фразеологизм: идея приходит в голову;

5. Разговорный стиль речи.

Двадцать седьмой материал¹⁶¹ содержит историю, по мнению автора, о лучшем продавце в мире (*см. Приложение IV*).

Следующий материал¹⁶² содержит историю известного певца Дрейка в критический момент жизни¹⁶³.

1. (*см. Приложение II*).

2. Рассмотрим нарративные конструкции материала:

- «Ты дал мне 30 тысяч долларов, которые я смог принести домой своей маме» - «получение волшебного средства».

- «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.

- Инварианты «победа» и «воцарение» показаны в моменте, где мужчине удается разобраться в кризисной ситуации: **«Посмотрите на этот успех, ты сделал это, ты помог мне добиться всего!»**

3. Нарративная цепочка: получение волшебного средства-перемещение в иное царств-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Метафора: боролись с бедностью;

5. Разговорный стиль речи.

¹⁶¹ История Джо // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFeQfP6g> (дата обращения: 19.11.2023).

¹⁶² История певца Дрейка // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFeQEKnP> (дата обращения: 19.11.2023).

¹⁶³ Нижеследующий фрагмент вошел в состав статьи автора диссертации Павлов Д.Н., Голованов А.Н., Тыркалова В.В. Медиа нарратив: к вопросу о структуре и функциях // *Litera*. 2023. № 8. С. 141-156.

Предпоследний материал¹⁶⁴ содержит информацию о певице Рианне.

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим нарративы данного материала:

- **«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.

- **«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.

- **«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. - **«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.

- **«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, предполагается «воцарение».

3. Нарративная цепочка: отправка-первая функция дарителя-перемещение в иное царство-реакции на действия будущего дарителя-воцарение.

4. Средства выразительности отсутствуют.

¹⁶⁴ История о певице Рианне // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFeQTk3V> (дата обращения: 19.11.2023).

5. Разговорный стиль речи.

Последний материал¹⁶⁵ содержит информацию об Илоне Маске.

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим нарративную модель материала:

- 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.

- **«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. Нарративная цепочка: отлучка-борьба-перемещение в иное царство.

4. Средства выразительности:

Мотивационные советы: действуй в сторону успеха!

5. Разговорный стиль речи.

Итоги третьей главы:

1. Весь мотивирующий контент разработан в рамках разговорного стиля речи. Мы полагаем это позволяет наладить доверительный диалог с аудиторией, который способен нарративизировать мышление зрителя.
2. Чем материал меньше, тем меньше в нем средств художественной выразительности и мотивационных советов.
3. Авторы используют такие средства художественной выразительности, как метафоры, эпитеты, риторические вопросы и обращения. Это связано с тем, что создатель материала моделирует коммуникативную ситуацию, предполагающую эмоциональное воздействие на зрительскую аудиторию.

¹⁶⁵ История Илона Маска // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSLYeDL4L/> (дата обращения: 19.11.2023).

4. МК на платформе YouTube содержит большее количество средств художественной выразительности из-за сложности повествования. При анализе были выявлено большое количество метафор, эпитетов, риторических вопросов и обращений. Редко встречаются такие тропы как синекдоха, парцелляция и олицетворение.
5. В TikTok количество средств выразительности меньше. Обычно авторы используют метафоры и эпитеты.
6. Мотивирующий контент на платформе TikTok по своим объемам состоит из меньшего количества нарративных мотивов, чем на платформе You-Tube. При этом использование тех или иных нарративных матриц для автора принципиально важно с точки зрения истории главного героя и цели публикации. Мы предполагаем, что авторы опускают некоторые мотивы для более быстрого донесения информации, также при формировании сценария учитываются только самые важные моменты истории.
7. Следовательно, из-за меньших объемов МК содержит ряд необходимых матриц для быстрого донесения информации: часто это обличение, борьба, трудная задача, первая функция дарителя, получение волшебного средства, трансфигурация, победа и воцарение.
8. Мотив «борьба» часто заменяется на «трудную задачу», а «победа» на «решение задачи», «узнавание» на «воцарение».
9. Иногда мотив «борьбы» в историю не вводится, что дает понять зрителю несерьезность его кризисной ситуации (проблема может решиться сама).
10. Нарративная цепочка показывает сюжетную составляющую материала, при этом мотивы могут меняться местами и появляться дважды из-за сложности жизненной ситуации героя. Однако в МК всегда присутствует строгая нарративная последовательность сюжетной составляющей.
11. Фабула и сюжет в МК совпадают.
12. Модель идеально построенного МК заключается в следующей последовательности нарративных матриц: обличение-недостача/нарушение

запрета-начинающееся противодействие-отправка-первая функция дарителя-получение волшебного средства-перемещение в иное царство/борьба-победа-трансфигурация-воцарение. Авторы МК меняют данные нарративные модели местами в зависимости от истории, однако именно выстроенные в данной последовательности блоки способны в большей степени вызвать рецепцию у аудитории.

13. При этом приведенные выше нарративные матрицы несут определенную ценность для раскрытия сюжета:

- «Обличение» необходимо для представления главного героя медиапроизведения аудитории. Именно данный мотив способен заинтересовать с первых минут просмотра материала. В нем рассказывается о стартовой позиции персонажа и кратко о его достижениях в финале.
- «Нарушение запрета/недостача» – нарративные матрицы, которые показывают наличие проблемы у главного героя произведения. Следует отметить, что авторы часто выражают проблему через другие конструкции.
- «Начинающееся противодействие» необходимо для того, чтобы сюжет МК начал свое движение, именно благодаря данной функции главный герой понимает, что необходимо двигаться к конечной цели и решать наступивший кризис.
- «Отправка» - необходимый нарратив в МК, он ознаменует начало пути главного героя к решению кризиса.
- «Первая функция дарителя» и т.п. функции, которые раскрывают героев-помощников. Часто главный герой в силах самостоятельно преодолеть кризис личности, однако в историях со знаменитостями такие герои выступают в качестве проводников, которые помогают совершить главному герою первые шаги в медийном мире.
- «Получение волшебного средства» - функция, которая может быть раскрыта в МК по-разному. Во-первых, волшебным средством часто можно считать знакомство и предоставленный шанс сыграть в кино или заключить контракт

для знаменитости. Во-вторых, часто это получение денег для открытия бизнеса. В-третьих, главный герой способен и самостоятельно получить волшебное средства благодаря своим усилиям (знания, навыки, деньги), данные усилия открывают дорогу к преодолению кризиса.

- «Перемещение в иное царство» мы тоже можем рассмотреть в двух аспектах: переезд главного героя в более подходящее место для преодоления кризиса, это также может быть выход в новое общество (у знаменитостей).
- «Борьба» - всегда расценивается как преодоление кризисной ситуации. Мы отметили при анализе материалов, что борьба у главных героев строится на бинарных оппозициях: удача/неудача, бедность/богатство, популярность/непопулярность.
- «Победа». Практически в 100% МК оканчивается победой главного героя. Иногда авторы могут повернуть сюжет таким образом, чтобы показать, как зрителю точно не стоит действовать, но мы заметили слишком мало таких случаев. В основном победой считается преодоление стартовой недостачи главного героя и приход к воцарению.
- «Трансфигурация» в мотивирующем контенте может выступать как вынужденная, так и естественным. Вынужденная трансформация героя наступает, когда ему необходимо поменять себя для того, чтобы начать борьбу с кризисной ситуацией (часто встречается у знаменитостей). Естественная трансфигурация присутствует во всех материалах МК, без нее невозможно завершить повествование. Именно разница в начальном и конечном состоянии главного героя интересует аудиторию, важны действия, которые привели персонажа к позитивным изменениям.
- «Воцарение» (иногда заменяется на «узнавание») – одна из необходимых нарративных матриц при создании МК. Важным она является потому, что демонстрирует результат приложенных усилий, доказывает работающую ролевую модель поведения.

14.МК в TikTok присутствует только в формате видеороликов из-за

особенностей платформы.

15. Следовательно, в TikTok материалы более короткие, из-за чего используется меньшее количество функций. Отсюда возникает необходимость в мотиве «обличения» для знакомства с главным героем произведения.
16. В основном в МК данных платформ присутствуют базовые социальные бинарные оппозиции: бедность/богатство, успех/неудача, семья/работа и трудный/легкий жизненный путь.
17. В большинстве случаев МК вызывает у зрителя желание обсудить материал, прокомментировать события из жизни главного героя, часто сравнить с собственной проблемой. Иногда обсуждения выстраиваются в цепочки сообщений.
18. При этом рецепция зрителя напрямую зависит от использования нарративных матриц, чем более последовательно они выстроены, тем выше реакция.
19. Из-за деперсонификации аудитории МК данных платформ поддерживает идею позитивного взгляда на кризис, часто предоставляет обобщенную модель поведения с репликами: «не сдавайся», «у тебя все получится».
20. Наиболее частые темы, которые встречаются: бизнес, карьера, отношения. При этом на платформе TikTok рассматриваются больше истории карьерного плана.

Заключение

В ходе нашего диссертационного исследования было выведено научное понятие мотивирующий контент (МК) – это контент психологического характера, который можно встретить в интернете, основной его задачей является моделирование поведения аудитории в первичные критичные моменты жизни.

Сказочный нарратив, используемый в основе данного контента, способен негативно конструировать мыслительный процесс личности. Данное явление выстраивается на основе нарративизации мышления. Такие, давно знакомые из детских сказок, сюжетные матрицы способны нарушить критический анализ происходящего. В свете происходящих общественно-политических событий мотивирующий контент видеоплатформы YouTube воспринимается нами резко негативно, так как истории, содержащие сказочные сюжеты, публикуются преимущественно зарубежными нарраторами. Западные авторы получают возможность типизировать по простому принципу мышление зрительской аудитории, тем самым внедрив в него разрушающие как личность, так и общество установки.

Очевидным является невозможность применить транслируемые модели поведения, так как авторы наполняют их семантическими пустыми мотивационными советами.

Правильно подобранные нарративные матрицы при создании МК выступают средством социального воздействия на аудиторию. МК присутствует на визуальных платформах: You-Tube и TikTok. Формат МК изменчив, он зависит от инструментария платформы, но всегда визуален. Автор МК, создавая нарративную цепочку, способен конструировать общественное или личное мнение аудитории. Например, основной функцией мотивирующего контента платформы YouTube является не только воздействие на мышление аудитории, но и ее импульс к покупке литературы, курсов по «выживанию» в реальности и личных услуг.

Филологическая составляющая мотивирующего контента напрямую зависит от психологического и материально-технологического аспектов. Во-первых,

именно список нарративных матриц и речь автора зависит от формы публикуемого контента. Чем видеоролик больше, тем больше задействовано в нем нарративных конструкций волшебных сказок, средств художественной выразительности и мотивационных советов. Во-вторых, психологический аспект раскрывает нарратив посредством введения в произведение героя, способного пройти кризисную ситуацию и «воцарится». Это обуславливает использование нарративного комплекса волшебной сказки, предполагающей героизацию персонажа.

Появление мотивирующего контента в 21 веке обусловлено развитием технологий и телефонного интернета. Переход на мобильные устройства позволил расширить круг возможностей интернет-пользователей. Несмотря на то, что МК является частью сторителлинга, он утратил цель коммуникации бренда и клиента, заменив его на доверительный диалог между зрителем и автором. В мотивирующем контенте также отсутствует цель донесения новости до аудитории.

Мы вычленили три главных аспекта МК и проанализировали их: материально-технологический, психологический и литературно-нарративный (структурный). При этом все аспекты взаимосвязаны между собой, отсутствие одного из ключевых аспектов не позволит сконструировать МК.

Популярность данного социального феномена обусловлена зрительской потребностью в проработке с кризисной ситуацией.

Анализ МК в материально-технологическом аспекте заключается следующими выводами.

Мотивирующий контент присутствует на визуальных платформах You-Tube, и TikTok. При этом МК очень адаптивен к изменчивости платформы. Следует отметить, что форма материала изменчива, однако его структурная часть не меняется.

На видеоплатформе длинных видеороликов You-Tube авторы используют следующий перечень инструментов для создания материалов: видеобампер (помогает в представлении главного героя аудитории); обложка видеоролика (необходима для привлечения внимания аудитории к кризисной ситуации и к

главному герою медиапроизведения); длительность видеороликов составляет от 10 до 60 минут (максимально); авторы используют сторонние сервисы для монтажа материала, так как платформа не имеет встроенные редакторы; часто авторы задействуют звуковые эффекты и музыку, которые не придают видеоролику юмористического оттенка; авторы используют членение истории на смысловые блоки с помощью видеоэффектов (подобно главам в книге); активно задействованы зоны для обратной связи со зрителем: инфобокс с описанием материала, зона для хэштегов и комментаторская среда.

На платформе TikTok качество видеороликов хуже, чем на других платформах. Это связано с тем, что основная задача платформы – поток большого количества материалов. Авторы используют те же инструменты, что и на платформе YouTube. Обычно задействованы внутренние редакторы для улучшения внешнего вида автора (он стоит обычно в центре ролика или периодически появляется в кадре в качестве рассказчика). В TikTok активно используют хэштеги для популяризации видеоролика и инфобокс (в него помещают актуальную информацию о главном герое медиапроизведения). Следует отметить отсутствие юмористической музыки и звуковых эффектов и присутствие субтитров для более удобного просмотра.

В психологическом аспекте были рассмотрены следующие категории: жизненный путь, мотивация, кризисная ситуация, смысл жизни. Мы полагаем, что данные понятия находят отражение как в жизни экранного героя, так и в жизни аудитории. Так как МК не претендует на замену профессиональной психологической помощи, а лишь предлагает ролевую модель поведения выхода из кризисной ситуации, мы отмечаем, что МК деперсонифицирован и направлен на массовую аудиторию. Отсюда невозможно предугадать насколько удачной будет примененная в жизни реального человека экранная модель поведения. Нарративизация зрительского мышления ухудшает функционирование в обществе, так как способна привести к искаженному восприятию через призму сказочного

повествования реальности.

МК также связан с социальной стороной жизни человека, он направлен на проработку только тех кризисов, от которых напрямую зависит положение человека в обществе. Следовательно, личность действует не только исходя из собственных интересов, но и на основе обращенных к ней общественных требований. Мотивация в совокупности со смыслом жизни выступает как гарант достижения результатов, которые гарантирует сказочный нарратив, не работающий в реальности.

В структурном (литературно-нарративном аспекте) мы проанализировали 60 материалов (один материал на You-Tube содержал в себе сразу несколько кризисов и главных героев, следовательно было справедливо разделить его на три отдельных произведения).

В основу разработки анализа медиапроизведения легли следующие фундаментальные разработки как отечественных, так и зарубежных ученых:

- Идеи В.Я. Проппа стали основными при исследовании структурного аспекта. Нам удалось спроецировать на МК метод поиска ключевых нарративных матриц волшебной сказки. Мы выделили основные модели конструирования МК и поняли, что, исходя из сложности жизненной ситуации главного героя, авторы материалов вправе как опускать определенные мотивы, так и повторно использовать их в своем медиапроизведении.
- Идеи Альгидраса Греймаса мы использовали как вспомогательную технику для выделения предложенной автором контента модели ролевого поведения при разрешении кризисной ситуации.
- Идеи Ю.М. Лотмана нашли свое отражении при анализе мотивирующего контента в качестве социокультурного элемента общества. Большинство материалов содержат информацию о кризисах западных знаменитостей, однако проанализированные аккаунты и каналы также имеют специальный аналог для российского пользователя. Мы определили, что МК мультикультурен и показывает высокую адаптивность под социальные

реалии российского современного общества. Авторы, в свою очередь, тоже играют в данном аспекте важную роль, они влияют на критическое мышление зрительской аудитории посредством сказочных нарративов.

- Идея К. Леви-Стросса о бинарных оппозициях помогла выделить основной тематический пласт материалов МК. В большинстве случаев бинарные оппозиции коррелировали с темой материала и с кризисными ситуациями. Таким образом, мы можем утверждать, что выделенные оппозиции, во-первых, отражают количество проявлений кризисной ситуации такого характера у российского населения (в основном это бедность/богатство, успех/неудача, свадьба/развод, легкая судьба (дорога)/тяжелая судьба (дорога). Во-вторых, они указывают на те темы, которые авторы в большей степени развивают на своих каналах и в своих аккаунтах.

Таким образом, мы исследовали мотивирующий контент по следующему принципу:

Определение

- Ключевых бинарных оппозиций МК, которые лексически отражают тематику и ключевые слова медиапроизведения.
- Структурно нарративной составляющей медиапроизведения (анализ нарративных матриц с цитатами из МК);
- Концептуализации сюжета (последовательность нарративных матриц).
- Средства художественной выразительности.
- Стил ь речи автора по отношению к зрительской аудитории.

Анализ МК на платформе You-Tube показал, что предложенные материалы имеют большее количество задействованных нарративных матриц, чем контент рассмотренных платформ. Это связано, во-первых, с количеством экранного времени, во-вторых, со сложностью истории главного героя. Обычно кризисные ситуации раскрываются на You-Tube глубже, чем на других платформах. Речь автора более насыщена средствами художественной выразительности, экспрессивна,

присутствуют мотивационные советы. Тон доверительной беседы способен в большей степени воздействовать на зрителя, располагая его к транслируемой идеологии и модели поведения.

Модель конструирования МК, выведенная нами содержит следующий набор нарративных матриц: обличение, борьба, отправка, начинающееся противодействие, первое появление будущего дарителя, получение волшебного средства, победа, воцарение, трансфигурация. При этом выбор той или иной нарративной функции зависит исключительно от автора произведения. Рассмотрим для чего необходимы данные матрицы:

«Обличение» создатели МК используют для знакомства главного героя медиапроизведения с аудиторией. Данная матрица отвечает за дальнейший интерес к видеоролику, поэтому авторы часто используют средства художественной выразительности для усиления эффекта кризисной ситуации у персонажа.

«Начинающееся противодействие» - раскрывает проблему главного героя в уже начавшемся действии. Если в TikTok для этого используется функция «недостачи», там проблема возникает из детства и раскрывается на протяжении долго времени, то на платформе YouTube авторы чаще показывают главного героя уже готового к «отправке».

«Отправка» является стартовой точкой для начала борьбы главного героя с наступившим кризисом.

«Первое появление волшебного дарителя» - мотив, который иногда пропускают авторы МК, так как в основе материала стоит история реального человека. Отличительной чертой данной нарративной матрицы является появление героя-помощника или героев-помощников. Такие герои способны дать шанс главному герою, чтобы тот получил первоначальный опыт (часто в историях со знаменитостями), именно этот опыт становится основой для достижений конечной цели.

«Получение волшебного средства» - мотив, который мы можем разделить на два аспекта. Во-первых, под волшебным средством подразумевается контракт, роль в кинофильме (у знаменитостей), деньги (у бизнесменов), знания или опыт.

Во-вторых, в МК герой является сильнее, он не нуждается в волшебном дарителе, так как способен получить волшебное средство самостоятельно.

«Борьба» - мотив, который предполагает прямое столкновение с кризисной ситуацией в МК.

«Победа» - без данной матрицы невозможен финал произведения. Для автора часто важно показать стартовую позицию главного героя и конечную точку. То, к чему приводят действия главного героя, который использует приведенную ролевую модель поведения.

«Трансфигурация» - изменения персонажа в сравнении с началом медиапроизведения. Естественная трансфигурация контрастирует с мотивом «обличение», так как в обличении показан герой до начала борьбы с кризисной ситуацией. Иногда трансфигурация у героя бывает вынужденной (чаще у знаменитостей), она обозначает необходимость в изменениях для входа в какое-либо сообщество.

«Воцарение». Данная нарративная матрица показывает результат пути, во всех видеороликах МК главный герой проходит через обряд инициации.

Авторы используют обложки с главным персонажем произведения. В дополнение к этому практически всегда используют нарратив «обличение», который более подробно рассказывает предысторию главного героя.

Отличия типов МК, созданных на платформе You-Tube от TikTok:

1. При публикации контента авторы задействуют большее число инструментов платформы, следовательно, такой контент лучше проработан визуально и сюжетно.
2. Речь автора насыщена средствами художественной выразительности, которые предположительно создают доверительную и эмоциональную беседу. Также они отражают включенность автора в проблему зрителя и главного героя.
3. Практически все проанализированные истории платформы You-Tube несут позитивный оттенок, несмотря на присутствующие сложности в жизни

главного героя, они оканчиваются мотивами «победа» и «воцарение».

4. Инструменты, используемые нарраторами, способны повлиять на восприятие зрителем окружающей действительности, что может привести к негативному отношению к обществу, людям и государству.
5. Следовательно, среди комментариев очень часто можно встретить слова негативного отношения к жизни, главным героям и к возможностям развития в определенной местности.
6. Среди бинарных оппозиций мы можем выделить базовые социальные потребности: успех/неудача, трудная/легкая жизнь, богатство/бедность.
7. Основной темой МК на платформе You-Tube является карьера и бизнес.
8. Иногда фабула и сюжет таких роликов не совпадает.
9. Мотивирующий контент на платформах TikTok по своим объемам состоит из меньшего количества нарративных мотивов. При этом использование тех или иных нарративных матриц для автора принципиально важно с точки зрения истории главного героя и цели публикации. Мы предполагаем, что авторы опускают некоторые мотивы для более быстрого донесения информации, также при формировании сценария учитываются только самые важные моменты истории.
10. Следовательно, из-за меньших объемов МК содержит ряд необходимых матриц: часто это обличение, борьба, трудная задача, первая функция дарителя, получение волшебного средства, трансфигурация, победа и воцарение. Важным является, что мотив «борьба» часто заменяется на «трудную задачу», «победа» на «решение задачи», «узнавание» на «воцарение».
11. Иногда мотив «борьбы» в историю не вводится, что дает понять зрителю несерьезность его кризисной ситуации (проблема может решиться сама).
12. Фабула и сюжет в МК совпадают.
13. Модель идеально построенного МК заключается в следующей последовательности нарративных матриц: обличение-недостача/нарушение

запрета-начинающееся противодействие-отправка-первая функция дарителя-получение волшебного средства-перемещение в иное царство/борьба-победа-трансфигурация-воцарение. Авторы МК меняют данные нарративные модели местами в зависимости от истории, однако именно выстроенные в данной последовательности блоки способны в большей степени вызвать рецепцию у аудитории.

14. При этом приведенные выше нарративные матрицы несут определенную ценность для раскрытия сюжета:

«Обличение» необходимо для представления главного героя медиапроизведения аудитории. Именно данный мотив способен заинтересовать с первых минут просмотра материала.

«Нарушение запрета/недостача» – нарративные матрицы, которые показывают наличие проблемы у главного героя произведения.

«Начинающееся противодействие». Именно благодаря данной функции главный герой понимает, что необходимо двигаться к конечной цели и решать наступивший кризис.

«Отправка» - необходимый нарратив в МК, он ознаменует начало пути главного героя к решению кризиса.

«Первая функция дарителя» и т.п. функции, которые раскрывают героев-помощников. Часто главный герой в силах самостоятельно преодолеть кризис личности, однако в историях со знаменитостями такие герои выступают в качестве проводников, которые помогают совершить главному герою первые шаги в медийном мире.

«Получение волшебного средства» - функция, которая может быть раскрыта в МК по-разному. Во-первых, волшебным средством часто можно считать знакомство и предоставленный шанс сыграть в кино или заключить контракт для знаменитости. Во-вторых, часто это получение денег для открытия бизнеса. В-третьих, главный герой способен и самостоятельно получить волшебное средства благодаря

своим усилиям (знания, навыки, деньги), данные усилия открывают дорогу к преодолению кризиса.

«Перемещение в иное царство» мы тоже можем рассмотреть в двух аспектах: переезд главного героя в более подходящее место для преодоления кризиса, это также может быть выход в новое общество (у знаменитостей).

«Борьба» - всегда расценивается как преодоление кризисной ситуации. Мы отметили при анализе материалов, что борьба у главных героев строится на бинарных оппозициях: удача/неудача, бедность/богатство, популярность/непопулярность.

«Победа». Практически в 100% МК оканчивается победой главного героя. Иногда авторы могут повернуть сюжет таким образом, чтобы показать, как зрителю точно не стоит действовать, но мы заметили слишком мало таких случаев. В основном победой считается преодоление стартовой недостачи главного героя и приход к воцарению.

«Трансфигурация» в мотивирующем контенте может выступать как вынужденная, так и естественная. Вынужденная трансформация героя наступает, когда ему необходимо поменять себя для того, чтобы начать борьбу с кризисной ситуацией (часто встречается у знаменитостей). Естественная трансфигурация присутствует во всех материалах МК, без нее невозможно завершить повествование. Именно разница в начальном и конечном состоянии главного героя интересует аудиторию, важны действия, которые привели персонажа к позитивным изменениям.

«Воцарение» (иногда заменяется на «узнавание») – одна из необходимых нарративных матриц при создании МК. Важным она является потому, что демонстрирует результат приложенных усилий, доказывает работающую ролевую модель поведения. А именно донесение работающей модели поведения до аудитории является главным элементом мотивирующего контента.

Отличительные особенности МК You-Tube:

1. МК в TikTok присутствует только в формате коротких видеороликов из-за

особенностей платформы.

2. В данных материалах речь автора может иметь лексически пониженный оттенок, слова пониженной лексики и меньшее количество средств художественной выразительности.
3. Рецепция зрителя напрямую зависит от использования нарративных матриц, чем более последовательно они выстроены, тем выше реакция.
4. Из-за деперсонификации аудитории МК данных платформ поддерживает идею позитивного взгляда на кризис, часто предоставляет обобщенную модель поведения с репликами: «не сдавайся», «у тебя все получится».
5. Наиболее частые темы, которые встречаются: бизнес, карьера, отношения.

Таким образом, можно сделать вывод, что мотивирующий контент является социокультурным феноменом, актуальность которого выражается в потребностях зрительской аудитории в психолого-терапевтической поддержке. Однако нарраторами определяется новый способ влияния на восприятие аудиторией окружающей действительности через сказочный нарратив. Негативное влияние (особенно на видеоплатформе You-Tube) способно привести личность к разрушению собственного мировоззрения. Знакомые из детства сюжетные конструкции облегчают восприятие сложных психологических и социально-политических процессов, уничтожая критическое мышление личности. Особенно такой контент может быть опасен в напряженные исторически важные периоды развития общества тем, что истончает грань между реальностью и сказкой. Такими манипуляциями могут воспользоваться авторы контента как для монетизации собственной деятельности, так и для продвижения негативных идеологий, разрушающих общественную целостность. В настоящее время зафиксировано активное развитие мотивирующего контента на различных платформах, а его адаптивность позволяет изучать дальнейшие проявления и изменения в обществе.

Список литературы

Источники

1. 10 уроков, меняющих жизнь | Опра Уинфри // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Fklb6HCKcNE> (дата обращения: 03.11.2023).
2. Альберт Эйнштейн - История жизни великого ученого! Краткая биография и интересные факты | $E=mc^2$ // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=edGDYuu70qI&t=1s> (дата обращения: 06.11.2023).
3. Арнольд Шварценеггер - Мотивационная речь, которая изменит твою жизнь! | Мотивация 2021 // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=1_Hk1xT7iyc (дата обращения: 06.11.2023).
4. Арнольд Шварценеггер: мотивация, которая изменит вашу жизнь // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OAxDALBDTv0> (дата обращения: 04.11.2023).
5. Брайан Трейси - Привычки на Миллион долларов // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7BNR6Ayv0uk&t=2s> (дата обращения: 08.11.2023).
6. Воплоти Свои Мечты - Мадонна - Правила Успеха // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PZr-wV-pk0E> (дата обращения: 03.11.2023).
7. Джефф Безос - История Успеха Самого Богатого Человека в Мире // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9XKAAhYmmKw&t=49s> (дата обращения: 06.11.2023).
8. История Амита Агарвала // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNoFwBJB> (дата обращения: 17.11.2023).

9. История Беллы Порч // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNwPksjv> (дата обращения: 15.11.2023).
10. История бренда энергетических напитков 5-hour ENERGY // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNK39Uq7> (дата обращения: 16.11.2023).
11. История Веры Араловой // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNwyeURD>. (дата обращения: 15.11.2023).
12. История Джейн Биркин // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNKm2EeC> (дата обращения: 16.11.2023).
13. История Джо // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFeQfP6g> (дата обращения: 19.11.2023).
14. История Джона // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNoLgDGa> (дата обращения: 17.11.2023).
15. История Дэвида Барнера // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFejr1cT> (дата обращения: 18.11.2023).
16. История женщины, которая научилась программировать в 87 лет // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFejnkTQ> (дата обращения: 18.11.2023).
17. История Илона Маска // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSLYeDL4L/> (дата обращения: 19.11.2023).
18. История Илона Маска // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNKmhp2t> (дата обращения: 16.11.2023).
19. История Кевина // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNoLws7p> (дата обращения: 17.11.2023).
20. ИСТОРИЯ КОТОРАЯ ЗАСТАВЛЯЕТ ЗАДУМАТЬСЯ! // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kEwglUL-48A> (дата обращения: 05.11.2023).
21. История Лина Делу // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNoYmTNA> (дата обращения: 17.11.2023).
22. История Ллойда // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFexD7gN> (дата обращения: 19.11.2023).

- 23.История Майкла Рубина // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNKL1A1o> (дата обращения: 15.11.2023).
- 24.История Маса // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNK3C4Qs> (дата обращения: 17.11.2023).
- 25.История Мистера Биста // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNKRhm2x> (дата обращения: 15.11.2023).
- 26.История Момофуку Андо // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNo2ecUs> (дата обращения: 18.11.2023).
- 27.История Николая Сторонского // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNoLayYK> (дата обращения: 17.11.2023).
- 28.История Нилы Хейс // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFexxtTM> (дата обращения: 19.11.2023).
- 29.История о певице Рианне // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFeQTk3V> (дата обращения: 19.11.2023).
- 30.История Паулы Шерр // TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@artemkey_new/video/7255010704325889285?_r=1&_t=8jl1b9drSZPN&social_sharing=1 (дата обращения: 15.11.2023).
- 31.История певца Дрейка // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFeQEKnP> (дата обращения: 19.11.2023).
- 32.История самой богатой женщины в мире до 40 // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFe6FVFB> (дата обращения: 18.11.2023).
- 33.История создания бренда Delicious Body // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFe6ss75> (дата обращения: 18.11.2023).
- 34.История создания бренда Victoria`s Secret // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFeQ2ESr> (дата обращения: 19.11.2023).
- 35.История создания бренда бьюти-блендеров // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFeMQAN7> (дата обращения: 18.11.2023).
- 36.История создания бренда купальников // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSFerRnSN> (дата обращения: 18.11.2023).

- 37.История Тарека - создателя букетов из фруктов // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNKctmYP> (дата обращения: 16.11.2023).
- 38.История Филиппа Плейна // TikTok. URL: <https://vt.tiktok.com/ZSNwyndJH> (дата обращения: 15.11.2023).
- 39.Как вонючка делал товары для мажоров | История Apple, Стива Джобса, iPhone, iPod, Mac OS, iTunes и.. // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UKgfqz6pCMI&t=1s> (дата обращения: 07.11.2023).
- 40.Как Жить Своей Лучшей Жизнью | Дженнифер Энистон (Правила Успеха) // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Ldg_ujalLHg (дата обращения: 04.11.2023).
- 41.Как Опра Уинфри Стала Знаменитой (История Успеха) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=suvWHs6nVFg> (дата обращения: 03.11.2023).
- 42.Как продавец обуви стал обувным титаном? | История Nike Фила Найта (компания Найк) // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=b3m_DIK-TJEo&t=1s (дата обращения: 07.11.2023).
- 43.Как продавец посуды стал кофейным гигантом? | История Старбакс Говарда Шульца (компания Starbucks) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2pvE51S1wMg&t=2s> (дата обращения: 08.11.2023).
- 44.Как ходячий комплекс из Японии ушатал всю Америку | История Sony, Walkman, Playstation и Акио Мориты // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=K6i_xnHv10c (дата обращения: 07.11.2023).
- 45.Молодой Джим Керри: Это Не Давало Мне Выступать 2 Года! (1983) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gjYbUQ8Bq4M> (дата обращения: 04.11.2023).

46. Молодой Илон Маск (Потерянное Интервью 1999 года) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zhxAfdmtnP0> (дата обращения: 05.11.2023).
47. Молодой Мэттью Макконахи: "Я и Не Мечтал, Что Столького Добьюсь!" (Интервью 1997) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1a3w8AQ-TcMI> (дата обращения: 04.11.2023).
48. Мотивация от Джейсона Стэтхэма | Советы от голливудского актера // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=rkBYGy_Mw3A&list=RDCMUClQwee4W3DnKOqZqtVEeN5Q&index=41 (дата обращения: 06.11.2023).
49. Научись Думать Как Миллионер - Грант Кардон - Мотивация Успеха // YouTube. URL: <https://youtu.be/AO6hFtjdouM?si=osRdnW7GmUhQSnx-> (дата обращения: 05.11.2023).
50. Не Принимай Негатив Близко к Сердцу | Билл Гейтс (#Энтспрессо) // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uzY-bnPrMi0> (дата обращения: 04.11.2023).
51. Невероятная история успеха. Халил Рафати - Я забыл умереть! // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FXHjdDWyGME> (дата обращения: 05.11.2023).
52. Нереальная Рабочая Этика Коби Брайанта ("Он Тренировался Часами Перед Игрой!") // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=H_MSycydRMc (дата обращения: 04.11.2023).
53. Нищая "сирота" шила монашкам ОДЕЖДУ и изменила МИР | История Коко Шанель и бренда "CHANEL" // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gFqiTHiOw8c&t=4s> (дата обращения: 06.11.2023).
54. Нищий работяга по имени Луи придумал бренд Louis Vuitton | История бренда Луи Виттон // YouTube. URL:

- <https://www.youtube.com/watch?v=MdJGtF1LLUs&t=2s> (дата обращения: 07.11.2023).
55. Правила успеха Дженнифер Лоуренс // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jLd-Mg55w18> (дата обращения: 03.11.2023).
56. Сильвестр Сталлоне - Мотивация Рокки Бальбоа - Мотивационная речь // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1UoYhDUqgNQ> (дата обращения: 06.11.2023).
57. СИЛЬНЕЙШАЯ МОТИВАЦИЯ! Как Потерять ВСЁ И Достигнуть Успеха? Самые Вдохновляющие Жизненные Истории! // YouTube. URL: https://youtu.be/ADpbRTo4jyM?si=MXlu0FJ7_FzzOzz9 (дата обращения: 06.11.2023).
58. Так Я Придумала Гарри Поттера | Джоан Роулинг (Правила Успеха) // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=0_kJ0yzGQ0M (дата обращения: 03.11.2023).

Теоретические исследования

59. Абдулгалимова С. А. Основные психологические концепции смысла жизни / С. А. Абдулгалимова // Вестник Социально-педагогического института. — 2011. — № 1. — С. 1-3.
60. Абульханова К. А. Психология и сознание личности (Проблемы методологии, теории и исследования реальной личности): Избранные психологические труды / К. А. Абульханова. — Воронеж : Издательство НПО «МОДЭК», 1999. — 224 с.
61. Азаренок Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире / Н. В. Азаренок // Материалы Всерос. юбилейной науч. конф., посв. 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна «Психология человека в современном мире». Т. 5: «Личность и группа в условиях социальных изменений» / отв. ред. А. Л. Журавлев. — Москва : Ин-т психологии РАН, 2009. — С. 110-112.

62. Аймалова Ю. А. You-Tube как канал влияния на общественное мнение / Ю. А. Аймалова // Вестник науки. — 2022. — № 3 (48). — С. 10-23.
63. Акопов Г. В. Социально-психологические последствия и факторы современной глобализации / Г. В. Акопов // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. — 2014. — № 1. — С. 39-44.
64. Алещанова И. В. Нарратив как культурная модель // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2006. — №. 1. — С. 38-42.
65. Алещанова И.В. Нарративность: определение понятия // Изв. ВГПУ. 2006. No 3. С. 43–47.
66. Алещанова Ирина Владимировна Нарративность: определение понятия // Известия ВГПУ., 2006. – № 3. – 43-47.
67. Анюхина А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и digital storytelling в сетевых медиа / А. М. Анюхина // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2017. — № 2. — С. 146-150.
68. Божович Л. И. Проблемы формирования личности. Избранные психологические труды / Л. И. Божович. — 3-е изд. — Москва : Московский психолого-социальный институт, 2001. — 349 с.
69. Бозрикова С. А. Нарративная журналистика как явление // Вестник. Наука и практика, 2011. Режим доступа: <http://конференция.com.ua/pages/view/247> (дата обращения: 29.01.2020).
70. Бозрикова С.А. История нарративной журналистики в России // Русский след в нар- ратологии: мат. междунар. науч.-практ. конф. Балашов, 2012. С. 183–193.
71. Бремон Кл. Структурное изучение повествовательных текстов после В. Проппа // Французская семиотика. От структурализма к постструктурализму / пер. с франц., сост., вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: ИГ Прогресс, 2000. С. 239–246.

- 72.Брокмейер Й. Нарратив: проблемы и обещания одной альтернативной парадигмы / Й. Брокмейер, Р. Харре // Вопросы философии. — 2000. — № 3 — С. 29-42.
- 73.Бугаева Л. Д. Нарратив, медиа, эмоции / Л. Д. Бугаева // Русский след в нарратологии : материалы Международной научно-практической конференции. — Балашов, 2012. — С. 12-16.
- 74.Варакин, В. С. Сторителлинг как инструмент информационного моделирования социальной действительности / В. С. Варакин // Социальная миссия журналистики: реалии и прогнозы: мат-лы межвуз. науч.-практ. конф. / сост., отв. ред. О. В.Третьякова. – Архангельск, 2014. – С. 92– 99.
- 75.Верник А. Г. Особенности и технологии распространения видеоконтента социальных медиа / А. Г. Верник // Челябинский гуманитарий. — 2012. — № 3. — С. 27-31.
- 76.Влах Н. И. Система психологической помощи представителям различных профессиональных групп с преневротическими субдепрессивными состояниями при синдроме эмоционального выгорания / Н. И. Влах, Т. Д. Логунова // Психология. Психофизиология. — 2018. — № 2. — С. 63-72.
- 77.Возможности для продвижения видео на YouTube // Cossa : интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. — URL: <http://www.cossa.ru/trends/132315/> (дата обращения: 25.04.2021).
- 78.Волкова Е. Г. Когнитивный механизм эволюции жанра сказки / Е. Г. Волкова // Преподаватель XXI век. — 2009. — № 4-2. — С. 285-289.
- 79.Выготский Л. С. Собрание сочинений в шести томах / Л. С. Выготский. — Москва : Педагогика, 1982. — 488 с.
- 80.Гаврилов А. А. Медиареальность как тип виртуальной реальности / А. А. Гаврилов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. — 2013. — № 11. — С. 45-47.

81. Гигаури Д. И. YouTube-блогеры как лидеры общественного мнения молодежи: новые технологии формирования идентичности в виртуальном пространстве / Д. И. Гигаури, В. А. Гуторов, А. А. Ширинянц // Каспийский регион: политика, экономика, культура. — 2019. — № 3. С. 51-58.
82. Гигаури Д. И. Виртуальная идентичность в социальных сетях и видеоблогах: обзор политического конвента в TikTok / Д. И. Гигаури, П. Р. Тузова // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. — 2021. — № 6. — С. 47-67.
83. Горелова Т. П. Особенности цифрового потребления видеоконтента на платформе YouTube / Т. П. Горелова, Т. Б. Серебровская // Современная конкуренция. — 2021. — № 3. — С. 119-130.
84. Градюшко А. А. Мультимедийная история и сторителлинг в структуре современной веб-журналистики / А. А. Градюшко // Международная журналистика — 2016: турбулентность межгосударственных отношений и медиа : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 18 февр. 2016 г. / сост. Б. Л. Залесский; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. — Минск, 2016. — С. 87-91.
85. Греймас А.-Ж. Размышления об актантных моделях / А.-Ж. Греймас // Вестник Московского университета. — 1996. — № 1. — С. 153-170.
86. Греймас А.-Ж. Ролан Барт: текст и жизнь / А.-Ж. Греймас // Философско-культурологический журнал *Toros*. — 2019. — № 1-2. — С. 94-116.
87. Греймас А.-Ж. Структурная семантика: поиск метода / А.-Ж. Греймас. — Москва : Академический проект, 2004. — 368 с.
88. Грязнова Е. В. Возрастной кризис: к вопросу об определении / Е. В. Грязнова, Т. В. Мухина, А. М. Левашова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2019. — № 4(38). — С. 24-29.
89. Данилова Н. Н. Физиология высшей нервной деятельности / Н. Н. Данилова, А. Л. Крылова // Педагогическая библиотека. — URL: https://pedlib.ru/Books/1/0150/1_0150-180.shtml (дата обращения: 15.05.2022).

- 90.Дворянчиков Я. В. Роль TikTok в социализации детей и подростков / Я. В. Дворянчиков, Е. С. Шепелев // Форум молодёжной науки. — 2021. — № 6. — С. 11-16.
- 91.Добросклонская Т.Г. Медiateкст: теория и методы изучения // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2005. № 2. С. 28–34.
- 92.Дорофеева Н. Е. Сторителлинг как новая технология подачи информации / Н. Е. Дорофеева // Корпоративные информационные системы. — 2020. — № 2 (10). — С. 47-54.
- 93.Дроздова А. В. Визуальные способы представления повседневности в новых медиа / А. В. Дроздова // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. — 2017. — № 27. — С. 114-123.
- 94.Дружинин В. Н. Психология способностей. Современное состояние и перспективы исследований / В. Н. Дружинин. — Москва : Институт психологии РАН, 2015. — 243 с.
- 95.Духновский С. В. Переживание психологического кризиса и ситуационные реакции личности / С. В. Духновский // Вестник Курганского государственного университета. — 2014. — № 1. — С. 78-81.
- 96.Евстигнеева Н. В. Модели анализа нарратива / Н. В. Евстигнеева, О. А. Оберемко // Южно-российский журнал социальных наук. — 2007. — № 4. — С. 95-107.
- 97.Замков, А. В. О виртуальном расширении медиареальности / А. В. Замков // Медiascope. — 2017. Вып. 3. — URL: <http://www.mediascope.ru/2351> (дата обращения: 26.09.2021).
- 98.Зверева Г. И. Рядовой пользователь социальных медиа как историк: способы создания исторического нарратива на YouTube / Г. И. Зверева // Преподаватель XXI век. — 2019. — № 4. — С. 323-337.
- 99.Земцовский И. И. «Do it with Propp!» (воспоминания из серии «В. Я. Пропп в Америке») / И. И. Земцовский // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. — 2015. — № 5. — С. 70-72.

100. Зинченко В. Г. Методы изучения литературы. Системный подход : учебное пособие / В. Г. Зинченко, В. Г. Зусман, З. И. Кирнозе. — Москва : Флинта: Наука, 2002. — 200 с.
101. Золотухин А. А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история — как новые вершины журнализма? / А. А. Золотухин, Ю. Н. Мажарина // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. — 2015. — № 2. — С. 93-96.
102. Золян С. Т. Юрий Лотман о тексте: идеи, проблемы, перспективы / С. Т. Золян // Новое литературное обозрение. — 2016. — № 3. — С. 133-142.
103. Золян С. Т. Юрий Лотман: О смысле, тексте, истории. Темы и вариации / С. Т. Золян. — Москва : Издательский Дом ЯСК, 2020. — 320 с.
104. Кадыржанова Ж. Е. Экзистенциальный кризис зрелого возраста и пути его преодоления / Ж. Е. Кадыржанова // Вестник науки и образования. — 2018. — № 17(53). — С. 70-73.
105. Казак М.Ю. Специфика современного медиатекста // Лингвистика речи. Медиа- стилистика: моногр., посвящ. 80-летию проф. Г.Я. Солганика. М.: Флинта: Наука, 2012. С. 320–334.
106. Калмыкова Е. С. Нарратив в психотерапии: рассказы пациентов о личной истории (часть I) / Е. С. Калмыкова, Э. Мергенталер // Журнал Практической Психологии и Психоанализа. — 1998. — № 5. — URL: <https://psyjournal.ru/articles/narrativ-v-psihoterapii-rasskazy-pacientov-o-lichnoy-istorii-chast-i> (дата обращения: 22.08.2022).
107. Каминская Т. Л. Сторителлинг в медиа: региональные интернет-издания / Т. Л. Каминская, О. А. Рыжкова // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. — 2019. — № 6 (24). — С. 1-4.
108. Карякина К. А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента / К. А. Карякина // Электронный научный

- журнал «Медиа-скоп». — 2010. — № 1. — С. 6. — URL: <http://www.mediascope.ru> (дата обращения: 04.03.2021).
109. Качанов Д.Г. Мультимедийный журналистский нарратив: к определению понятия // Медиальманах. — 2021. — № 3. — С. 20-29.
110. Киуру, К. В. Визуализация образов Testimonial и Celebrity как элемент рекламного сторителлинга [Текст] / К. В. Киуру // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2017. — № 3 (25). — С. 55–60.
111. Клюкина Л. А. Мифема и мифологема: практики использования понятия в современной отечественной философии культуры / Л. А. Клюкина // Международный журнал исследований культуры. — 2018. — № 4. — С. 197-207.
112. Комуцци Л. В. Медийные нарративы и их перспективы в России / Л. В. Комуцци, А. А. Пронин // Международный журнал исследований культуры. — 2021. — № 2 (43). — С. 87-101.
113. Кон И. С. Возраст и возрастные категории. Психология возрастных кризисов : хрестоматия / И. С. Кон ; сост. К. В. Сельченко. — Минск, 2000. — С. 36-99.
114. Кондина А.С. Анализ нарративной структуры фоновых текстов в формате сторителлинга как технологическая основа обучения иностранному языку. Лингвистический подход.// Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. - 2019. - № 1 (16) январь - март.
115. Константинов М. В. Особенности структурно-семиотического подхода Ю. Лотмана к визуальным искусствам / М. В. Константинов // Философские и политические науки в контексте модерна. — 2016. — № 3. — С. 80-88.
116. Концевая Т. Ю. Какой контент YouTube актуален среди интернет-пользователей? / Т. Ю. Концевая, Д. С. Быльева // Коммуникативные стратегии информационного общества : труды IX Междунар. науч.-теорет. конференции. — Санкт-Петербург, 2017. — С. 214-218.

117. Корман Б. О. О целостности литературного произведения // Избранные труды по теории и истории литературы. – Ижевск, 1992. – 235 с.
118. Кочелаева Е.Я. Нарратив как метод формирования нравственно-ценностных мотиваций поведения студентов в процессе обучения английскому языку // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. — 2007. — №. 3. — С. 100-104.
119. Красавина А.В., Артемов И.А. Сторителлинг и иммерсия: современные тенденции журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2019. — №. 1 (31). — С. 102-109.
120. Кузнецова К. М. Причины популярности YouTube с точки зрения знаний о поколениях / К. М. Кузнецова // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. — 2019. — № 1 (3). — С. 434-446.
121. Кузовенкова А. И. Сторителлинг как новая медиатеchnология / А. И. Кузовенкова / А. И. Кузовенкова // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2017. — № 4(26). — С. 138-143. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-novaya-mediatehnologiya> (дата обращения: 07.04.2021).
122. Кулибаба С. И. Медиапространство и трансляция духовных ценностей / С. И. Кулибаба // Медиакультура новой России: методология, технологии, практики : сборник научных трудов. Т. 2 : материалы международной научной конференции / отв. ред. Н. Б. Кириллова. — Москва : Академический проект, 2007. — С. 125-134.
123. Куприна О. А. Концептуальное обоснование феномена смысла жизни в отечественной психологии / О. А. Куприна // Вестник университета. — 2014. — № 1. — С. 254-257.
124. Леви-Стросс К. Структурная антропология / К. Леви-Строс. — Москва : ЭКСМО-Пресс, 2001. — 512 с. // Платонанет : сайт. — URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/antropologija/levi_stros_strukturnaja_antropologija_2001/5-1-0-1021 (дата обращения: 30.09.2022).

125. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / А. Н. Леонтьев. — Москва : Политиздат, 1975. — 130 с.
126. Лотман Ю. М. Избранные статьи: В 3 т. — Т. 1. — Таллин, 1992. — С. 307.
127. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике культуры и искусства / Ю. М. Лотман. — Санкт-Петербург : Академический проект, 2002. — 544 с. // Платонанет : сайт. — URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/filosofija_jazyka/lotman_ju_m_stati_po_semiotike_kultury_i_iskusstva/32-1-0-515 (дата обращения: 06.09.2022).
128. Лотман Ю. М. Структура художественного текста / Ю. М. Лотман // Официальный сайт режиссера Елены Александровой-Перельман. — URL: https://on4a.narod.ru/lotman_struktura_teksta_web.pdf (дата обращения: 06.09.2022).
129. Лотман Ю.М. Происхождение сюжета // Лотман Ю.М. Избр. ст. Т. 1. Таллин: Александра, 1992. С. 224–242.
130. Лотова И. П. Понятие «Смысл жизни»: сущностно-содержательная характеристика / И. П. Лотова // Евразийский Союз Ученых. — 2015. — № 8. — С. 10-13.
131. Луканина М. В. Нарративное манипулирование / М. В. Луканина, Л. К. Салиева // Государственное управление. Электронный вестник. — 2014. — № 46. — С. 210-224.
132. Ляшенко Д. Н. Семиотическое моделирование реальности / Д. Н. Ляшенко. — Одесса : Печатный дом, 2015. — 168 с.
133. Магомедшарипова Е. Д. Личностные кризисы / Е. Д. Магомедшарипова // Мировая наука. — 2019. — № 5(26). — С. 455-456.
134. Маляров Н. А. Жизненный путь человека: определение и содержание понятия / Н. А. Маляров // Cyberleninka. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhiznennyy-put-cheloveka-opredelenie-i-soderzhanie-ponyatiya> (дата обращения: 18.04.2022).

135. Мамуркина О. В. Теория нарратива в современном литературоведении / О. В. Мамуркина // Царскосельские чтения. — 2011. — № 15. — С. 226-230.
136. Марченко А. Н. Особенности восприятия культурно-развлекательного контента платформы YouTube представителями разных возрастов и гендеров / А. Н. Марченко // Медиа. Информация. Коммуникация (МІС). — 2020. — № 33. С. 25—29.
137. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. — 3-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2012. — 352 с.
138. Миронов В. В. Семиотические виражи культуры: от диалога к монологу? / В. В. Миронов // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. — 2017. — № 5. — С. 3-18.
139. Мирошник М. А. Особенности форматов интернет-вещания / М. А. Мирошник // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2019. — № 34. — С. 179-183.
140. Миташева М. С., Варакин В. С. Сторителлинг как технологическая основа журналистики (опыт теоретической аргументации) // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2017. — Т. 2. — С. 637–641. — URL: <http://e-koncept.ru/2017/570126.htm>.
141. Мозолева Е. Н. Сторителлинг как формат представления образовательного контента в Tiktok / Е. Н. Мозолева // Культурологические чтения - 2022. Культурное наследие и актуальные культурные практики: репрезентации, трансформации, перспективы : материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, Екатеринбург, 15—18 марта 2022 года. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2022. — С. 335-339. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_49975750_92840707.pdf (дата обращения: 15.05.2022).

142. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко [и др.] ; под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. — Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — 413 с.
143. Наговицын А. Е. Симвология: От философских теорий до практики сказкотерапии / А. Е. Наговицын, В. И. Пономарева. — Москва : Генезис, 2014. — 304 с.
144. Наговицын А. Е., Пономарева В.И. Сказкотерапия: теория и практика. Типология сказки. — Москва : Генезис, 2011. — 336 с.
145. Назарова О. С. Цифровой сторителлинг как современная образовательная практика / О. С. Назарова // Гуманитарная информатика. — 2018. — № 15. — URL: [https:// cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-storitelling-kak-sovremennaya-obrazovatel'naya- praktika](https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-storitelling-kak-sovremennaya-obrazovatel'naya-praktika)(дата обращения: 03.03.2022).
146. Никифоров А. И. Сказка / А. И. Никифоров // Фундаментальная электронная библиотека Русская литература и фольклор. — URL: <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclop/lea/lea-7681.htm?cmd=p&istext=1> (дата обращения: 22.08.2022).
147. Новичкова А. В. Сторителлинг как современный инструмент управления персоналом / А. В. Новичкова, Ю. В. Воскресенская // Интернет-журнал «Науковедение». — 2014. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-sovremennyy-instrument-upravleniya-personalom/viewer> (дата обращения: 19.02.2021).
148. Нуркова В. Рассказывать о себе, рассказывать себя, рассказывать собой: автобиографический нарратив с позиций культурно- деятельностного подхода // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2010. — №. 1. — С. 73-96.
149. Огулов С. Кинематографический знак и нарратив в концепциях Жюль Делёза и Юрия Лотмана / С. Огулов // Новое литературное обозрение. — 2017. — № 5. — С. 59-69.

150. Осипова Н. О. Структурно-семиотический подход как аспект методологии гуманитарного знания / Н. О. Осипова // Культурологический журнал. — 2011. — № 3(5). — С. 1-11.
151. Павлов Д. Н. Медианарратив: к вопросу о структуре и функциях / Д. Н. Павлов, А. Н. Голованов, В. В. Тыркалова // Litera. 2023. — № 8. — С. 141-156.
152. Павлов Д. Н. Мотивирующий контент как мультикультурный элемент общества (на примере видеороликов платформы Youtube) / Д. Н. Павлов // Научный аспект. — 2024. — № 3. — С. 2426-2435.
153. Павлов Д.Н. Нарративные стратегии медиадискурса: мотивирующий контент визуальных платформ TikTok и You-Tube // Litera. 2024. № 9. С. 44-58. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.9.71765 EDN: FEYLHC
154. Павлов Д. Н. Рецепция мотивирующего контента аудиторией (на примере платформы YouTube) / Д. Н. Павлов // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере : материалы XVII Международной научно-практической конференции (Москва — Пенза, 22-23 апреля 2024 г.). — Москва - Пенза, 2024. — С. 219-224.
155. Павлов Д. Н. Сказочный нарратив в медиасреде: структура и функции (на примере мотивирующего контента You-Tube) / Д. Н. Павлов // Litera. — 2023. — № 3. — С. 72-84.
156. Панюкова С. А. Научно-популярный сторителлинг на YouTube-канале / С. А. Панюкова // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2018. — № 27. — С. 122-127.
157. Петросьян С. Н. Кризисное состояние личности как психологический феномен / С. Н. Петросьян // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. — 2016. — № 2(178). — С. 85-93.

158. Пильгун М.А. Мультимедийный текст: особенности функционирования и перспективы развития // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2015. No 5. С. 192–204.
159. Пинк С. Интервью с видеокамерой: представление, саморепрезентация и нарратив / С. Пинк // Социологический журнал. — 2007. — № 3. — С. 90–107.
160. Поселягин Н. Кинонарратология и кинофеноменология Лотмана / Н. Поселягин // *Le Muse fanno il giroton-do. Jurij Lotman e le arti: Studi in onore di Giuseppe Barbieri: Atti del convegno internazionale, Università Ca' Foscari Venezia*. — 2015. — С. 133–142.
161. Прасолова Е. В. К вопросу о нарративности мультимедийной истории как нового жанра интернет-СМИ // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 11 (2). С. 253–256.
162. Пропп В. Морфология "волшебной" сказки / В. Пропп // Lib.Ru : Библиотека Максима Мошкова — URL: http://lib.ru/CULTURE/PROPP/morfologia.txt_with-big-pictures.html (дата обращения: 03.10.2019).
163. Пропп В. Я. Морфология сказки / В. Я. Пропп. — Ленинград : Academia, 1928. — 152 с.
164. Пропп В. Я. Фольклор и действительность / В. Я. Пропп. — Москва : Наука, 1976. — 327 с.
165. Пропп В. Я.: Поэтика фольклора Часть вторая. Кумулятивная сказка /
166. В. Я. Пропп // Древнерусская литература : сайт. — URL: <http://drevne-rus-lit.niv.ru/drevne-rus-lit/propp-poetika-folklor/kumulyativnaya-skazka.htm> (дата обращения: 12.12.2021).
167. Прохорова Л. П. Когнитивный механизм эволюции жанра сказки / Л. П. Прохорова // Вестник Кемеровского государственного университета. — 2012. — № 4. — С. 103–106.

168. Психология состояний / А. О. Прохоров, М. Е. Валиуллина, Г. Ш. Габдеева. — Москва : Когито-Центр, 2011. — 624 с.
169. Разин А.В. Нравственный мир человека. - М.: Академический Проект, 2003. —432 с.
170. Романенко Л. Ю. Мультимедийная история как оригинальная форма повествования в современной культуре: музыкально-компьютерные и визуальные сетевые технологии / Л. Ю. Романенко // Научное мнение. — 2014. — № 11. — С. 117—124.
171. Саломе Ж. Избавься от одиночества. Чудо общения / Ж. Саломе, С. Галланд. — Санкт-Петербург : Питер, 2013. — 304 с.
172. Сальмон К. Всепроникающий Storytelling // Le Monde diplomatique. - 2006. - № 5. - С. 4-5
173. Самсонова Е. Роли, которые играют люди. Сыграй жизнь по своим правилам / Е. Самсонова. — Санкт-Петербург : Питер, 2013. — 256 с.
174. Сарбин, Т. Р. Нарратив как базовая метафора для психологии / Т. Р. Сарбин // Постнеклассическая психология. — 2004. — № 1. — С. 6–28.
175. Симакова С. И. Мультимедийный сторителлинг — теоретическое осмысление / С. И. Симакова, А. П. Енбаева, Т. Б. Исакова // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. — 2019. — № 1. — С. 222-230.
176. Симонов П. В. Информационная теория эмоций / П. В. Симонов // Институт математики им. С. Л. Соболева : сайт. — URL: http://old.math.nsc.ru/AP/ScientificDiscovery/pages/Chapter_9_84.htm (дата обращения: 13.08.2022).
177. Симонов П. В. Лекции о работе головного мозга / П. В. Симонов // Качественное управление изменениями : сайт. — URL: <http://ibcm.biz/Лекции%20о%20работе%20головного%20мозга%20П%20В%20Симонов.pdf> (дата обращения: 15.05.2022).

178. Скрупник, Р. Приемы сторителлинга: нарратив и сюжет, без которых не бывает историй / Р. Скрупник // Сайт Madcats. — URL: <http://madcats.ru/content-marketing/storytelling/> (дата обращения: 26.09.2022).
179. Славина Л. С. Роль поставленной перед ребенком цели и образованного им самим намерения как мотивов деятельности школьника / Л. С. Славина // Изучение мотивации поведения детей и подростков. — Москва : Педагогика, 1972. — С. 45-80.
180. Соколов Д. Ю. Сказка и сказкотерапия / Д. Ю. Соколов. — Москва : ЭКСМО-Пресс, 2001. — 304 с.
181. Солдатова Е. Л. Нормативные кризисы развития личности взрослого человека : автореф. дис. ... д-р. психологических наук / Елена Леонидовна Солдатова. — Екатеринбург, 2007. — 43 с.
182. Солдатова Е. Л. Психологическое содержание нормативных кризисов развития личности взрослого человека / Е. Л. Солдатова // Психология. психофизиология. — 2008. — № 1. — С. 39-47.
183. Становление структурно-семиотического подхода Юрия Лотмана // ResearchGate : сайт. — URL: https://www.researchgate.net/publication/331073996_STANOVLENIE_STRUKTURNO-SEMIOTICESKOGO_PODHODA_URIYA_LOTMANA_-_FORMATION_OF_YURI_LOTMAN'S_STRUCTURAL_AND_SEMIOTICS_APPROACH (дата обращения: 10.10.2022).
184. Старыгина В. Р. Влияние просмотра разговорных видео психологов в социальной сети TikTok на мотивацию и вовлеченность студентов-психологов в изучение профессии / В. Р. Старыгина // Северо-Кавказский психологический вестник. — 2022. — № 2. — С. 28-43.
185. Стишенок И. В. Сказкотерапия для решения личных проблем / И. В. Стишенок. — Москва : Сфера, 2010. — 141 с.

186. Сурдин Г. В. Потребность в самоутверждении как фактор развития личности / Г. В. Сурдин // Вестник Иркутского государственного технического университета. — 2012. — № 61.
187. Тажетдинов Т. Как стать первым на YouTube. Секреты взрывной раскрутки / Т. Тажетдинов, Н. Морочковский. — Москва : Альпина Паблишер, 2013. — 190 с.
188. Татару Л.В. История знаменитости как новый жанр журналистского нарратива // Narratorium. 2011. No 1–2. Режим доступа: <http://narratorium.rggu.ru/article.html?id=2027593>
189. Терехов Александр Сергеевич К вопросу о трактовке феномена нарратива в современном гуманитарном знании. Сущность и истоки // ОНВ. 2012., No3 (109). – С.144-117.
190. Тестов Д. Ф. Структурализм и экология разума. Сравнительный анализ антропологических проектов К. Леви-Стросса и г. Бейтсона / Д. Ф. Тестов // Философский журнал. — 2016. — № 2. — С. 92-113.
191. Томашевский Б. Теория литературы. Поэтика. Тематика. Сюжетное построение / Б. Томашевский // Philologos.narod : сайт. — URL: <https://philologos.narod.ru/tomash/tema2.htm> (дата обращения: 22.08.2022).
192. Трубина Е.Г. Нарратология: основы, проблемы, перспективы: материалы к специальному курсу. Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2002.
193. Тюпа В. И. Нарратология как аналитика повествовательного дискурса. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2001.
194. Фаулер С. Почему они не работают? Новый взгляд на мотивацию сотрудников / С. Фаулер. — 2-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2017. — 201 с.
195. Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму / пер. с фр. ; ред. В. Д. Мазо ; сост. и вступ. ст. Г. К. Косикова. — Москва : Прогресс, 2000. — 533 с.

196. Чеботникова Т. А. Социальная роль и речевое поведение личности: инвариант и варианты / Т. А. Чеботникова // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). — 2011. — № 4. — С. 104. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-rol-i-rechevoe-povedenie-lichnosti-invariant-i-varianty> (дата обращения: 03.10.2019).
197. Что побуждает зрителей смотреть YouTube / Think with Google : сайт. — 2018. — URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/products-tools/youtube-video/chto-pobuzhdaet-zritelej-smotret-youtube/> (дата обращения: 15.09.2022).
198. Шмид В. Нарратология. М.: Яз. слав. культуры, 2003.
199. Bamberg M. Considering counter narratives — Narrating, resisting, making sense / M. Bamberg, M. Andrews. — Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2004.
200. Benjamin W., The Storyteller: Tales out of Loneliness, Verso, London, 2016, 16.
201. D. Sapna, Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities, 9(2) (2017) 410-419.
202. Eakin P. J. Living Autobiographically: How We Create Identity in Narrative. — Cornell University Press, 2008. — P. 8.
203. Forrester S., In Praise of the Folktale, in Russian Folktale by Vladimir Yakovlevich Propp, Wayne State University Press, Wayne, 2012, 1042.
204. Gallo Jan On the issue of narratives and basic approaches to their analysis // CCS&ES., 2016. — No3. — С. 32-42.
205. Generation Z Media & Values study // Google, Ipsos Connect. — USA, 2018.
206. Greimas A.-J. Réflexions sur les modèles actantiels / A.-J. Greimas // Сémantique structurale. — Paris : Larousse, 1966. — 264 с.

207. Interactive storytelling with literary feelings / D. Pizzi, F. Charles, J. Lugin, M. Cavazza // The second international conference on affective Computing and Intelligent Interaction. — Lisbon : Springer, 2007.
208. Kaminsky M. S. Naked Lens: Video Blogging & Video Journaling to Reclaim the YOU in YouTube / M. S. Kaminsky. — New York : Organik Media Press, 2010. — 224 с.
209. Lohse L. Storytelling for the small screen: authoring and producing reconfigurable cinematic narrative for sit-back enjoyment / L. Lohse, M. Thomas // Virtual Storytelling. Using Virtual Reality Technologies for Storytelling. — Berlin : Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2005. — С. 219-222.
210. Lombardo V. Narrative annotation and editing of video / V. Lombardo, R. Damiano // ICIDS'10, proceedings of the third joint conference on interactive digital storytelling. — Berlin : Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2010. — С. 62-73.
211. Lévi-Strauss C., Structure and Form: Reflections on a Work by Vladimir Propp, in Theory and history of folklore. Minneapolis, V. Propp (ed.), University of Minnesota Press, Minnesota, 1984, 179.
212. Sole D. Storytelling in Organizations: The power and traps of using stories to share knowledge in organizations / D. Sole, D. G. Wilson // Providersedge : сайт. — URL: http://www.providersedge.com/docs/km_articles/Storytelling_in_Organizations.pdf (date of access: 01.03.2022).
213. Stevens J. (2014) Tutorial: Multimedia Storytelling: Learn the Secrets from Experts. Режим доступа: <http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinish/> Genette G. Narrative Discourse. An Essay in Method. Ithaca, 1980.

Приложения

Приложение I Бинарные оппозиции мотивирующего контента платформы You-Tube

1. Материал «Так Я Придумала Гарри Поттера» | Джоан Роулинг «Правила успеха»:

Бинарные оппозиции, которые удалось выявить в данной публикации: *успех/неудача, отказ/одобрение, богатство/бедность, молодость/старость, опытность/незнание.*

2. Материал «Правила успеха Дженнифер Лоуренс»:

Бинарные оппозиции: *популярность/непопулярность, бедность/богатство, опыт/неопытность, борьба/примирение.*

3. Материал «Воплоти Свои Мечты - Мадонна - Правила Успеха»:

Бинарные оппозиции, которые можно вынести из данного материала: *успех/неудача, бедность/богатство, популярность/непопулярность, общество/личность, собственное мнение/общественное мнение, принятия/непринятие, талант/посредственность, осуждение/поощрение, борьба/смирение.*

4. Материал «10 уроков, меняющих жизнь | Опра Уинфри»:

Бинарные оппозиции: *принятие/буллинг, бедность/богатство, популярность/непопулярность, легкий путь/трудности, семья/карьера.*

5. Материал «Как Опра Уинфри Стала Знаменитой (История Успеха)»:

Бинарные оппозиции: *вред/помощь, богатство/бедность, популярность/непопулярность, опыт/неопытность, легкий путь/трудности.*

6. Материал «Арнольд Шварценеггер: мотивация, которая изменит вашу жизнь»:

Бинарные оппозиции: *трудный путь/легкий путь, бедность/богатство, любовь/предательство, популярность/непопулярность, молодость/зрелость, опытность/неопытность.*

7. Материал «Как Жить Своей Лучшей Жизнью | Дженнифер Энистон

(Правила Успеха)»:

Бинарные оппозиции, которые удалось найти в данном видеоролике: *успех/неудача, бедность/богатство, популярность/непопулярность, трудный путь/легкая дорога, верные друзья/предатели.*

8. Материал «Не Принимай Негатив Близко к Сердцу | Билл Гейтс»:

Бинарные оппозиции в материале: *бедность/богатство, успех/неудача, друзья/враги, легкий путь/трудная дорога, семья/работа.*

9. Материал «Нереальная Рабочая Этика Коби Брайанта («Он Тренировался Часами Перед Игрой!»)»:

Бинарные оппозиции: *успех/неудача, мотивация/лень, труд/безделье, победа/проигрыш, богатство/бедность, популярность/непопулярность.*

10. Материал «Молодой Мэттью Макконахи: «Я и Не Мечтал, Что Столького Добьюсь!»:

Бинарные оппозиции: *новое/старое, мечта/действительность, богатство/бедность, популярность/непопулярность, легкая жизнь/трудный путь.*

11. Материал «Молодой Джим Керри: Это Не Давало Мне Выступать 2 Года!»:

Бинарные оппозиции: *успех/неудача, бедность/богатство, опыт/неопытность, трудная жизнь/ легкая дорога, популярность/непопулярность.*

12. Материал «Молодой Илон Маск (Потерянное Интервью 1999 года)»:

Бинарные оппозиции: *богатство/бедность, успех/неудача, популярность/непопулярность, новое/старое.*

13. Материал «Научись думать, как миллионер - Грант Кардон - мотивация успеха»:

Бинарные оппозиции в материале: *успех/неудача, богатство/бедность, легкая жизнь/ трудный путь, дружба/предательство, опыт/неопытность.*

14. Материал «ИСТОРИЯ, КОТОРАЯ ЗАСТАВЛЯЕТ ЗАДУМАТЬСЯ!»:

Бинарные оппозиции: *семья/работа, успех/неудача, сепарация/привязанность, легкий путь/тяжелая дорога, бедность/богатство.*

15.Материал «Невероятная история успеха. Халил Рафати - Я забыл умереть!»:

Бинарные оппозиции: *удача/неудача, богатство/бедность, легкий путь/тяжелая жизнь, предательство/дружба, популярность/непопулярность, наркотики/здоровый образ жизни.*

16.Материал «Сильвестр Сталлоне - Мотивация Рокки Бальбоа - Мотивационная речь»:

Бинарные оппозиции, которые удалось обнаружить в материале: *бедность/богатство, успех/неудача, легкая жизнь/тяжелая дорога, предательство/дружба, популярность/непопулярность.*

17. Материал «Мотивация от Джейсона Стэтхэма | Советы от голливудского актера»:

Бинарные оппозиции: *успех/неудача, тяжелая жизнь/легкий путь, популярность/непопулярность, бедность/богатство.*

18.Материал «Как потерять ВСЕ и достигнуть успеха? Самые вдохновляющие жизненные истории»:

Бинарные оппозиции, которые нам удалось обнаружить в материале: *успех/неудача, бедность/богатство, борьба/смирение, легкая дорога/тяжелый путь.*

19.Материал «Альберт Эйнштейн - История жизни великого ученого! Краткая биография и интересные факты»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, принятие/отвержение, популярность/непопулярность, ум/глупость.*

20. Материал «Арнольд Шварценеггер - Мотивационная речь, которая изменит твою жизнь! | Мотивация 2021»:

Бинарные оппозиции: *сила/слабость, популярность/непопулярность, бедность/богатство, легкий путь/трудная дорога, дружба/предательство.*

21.Материал «Нищая сирота шила монашкам одежду и изменила мир |

История Коко Шанель и бренда Chanel»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, дружба/предательство, легкий путь/трудная дорога, популярность/непопулярность, красота/уродство.*

22.Материал «Джефф Безос - История Успеха самого Богатого Человека в Море»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, дружба/предательство, опыт/неопытность, популярность/непопулярность, легкий путь/трудная дорога.*

23.Материал «Нищий» работяга по имени Луи придумал бренд Louis Vuitton | История бренда Луи Виттон»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, популярность/непопулярность, легкая жизнь/трудный путь, роскошь/нищета.*

24.Материал «Как вонючка делал товары для мажоров | История Apple, Стива Джобса, iPhone, iPod, Mac OS, iTunes»:

Бинарные оппозиции: *богатство/бедность, опытность/неопытность, дружба/предательство, страх/смелость, легкий путь/трудная дорога, популярность/непопулярность, жизнь/смерть.*

25.Материал «Как один закомплексованный японец переиграл всю Америку | История Sony»:

Бинарные оппозиции: *популярность/непопулярность, бедность/богатство, опытность/неопытность, дружба/предательство.*

26.Материал «Как продавец обуви стал обувным титаном? | История Nike Фила Найта (компания Найк)»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, тяжелый путь/легкая дорога, дружба/предательство, популярность/непопулярность.*

27.Материал «Как продавец посуды стал кофейным гигантом? | История Старбакс Говарда Шульца»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, популярность/непопулярность, легкая дорога/тяжелый путь, дружба/предательство.*

28.Материал «Брайан Трейси - Привычки на Миллион долларов»:

Бинарные оппозиции: *богатство/бедность, глупость/ум, опытность/неопытность, семья/работа.*

Приложение II Бинарные оппозиции мотивирующего контента платформы TikTok

1. Материал «История Веры Араловой»:

Бинарные оппозиции, которые мы обнаружили в данном видеоролике: *успех/неудача, богатство/бедность, интеллект/глупость, романтические отношения/работа, легкий путь/трудная дорога.*

2. Материал «История Паулы Шерр»:

Бинарные оппозиции: *новое/старое, бедность/богатство, популярность/непопулярность, опыт/неопытность.*

3. Материал «История Филиппа Плейна»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, популярность/непопулярность, опыт/неопытность, легкий путь/трудная дорога.*

4. Материал «История Беллы Порч»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, трудная жизнь/легкий путь, популярность/непопулярность, молодость/старость, семья/работа.*

5. Материал «История Мистера Биста»:

Среди бинарных оппозиций можно выделить *бедность/богатство, популярность/непопулярность, опыт/неопытность, молодость/зрелость, качество материала/черновик, легкий путь/трудная дорога.*

6. Материал «История Майкла Рубина»:

Среди бинарных оппозиций можно выделить *бедность/богатство, опыт/неопытность, молодость/зрелость, ум/глупость, легкая дорога/трудный путь, семья/работа.*

7. Материал «История Джейн Биркин»:

Бинарные оппозиции: *удобство/неудобство, бедность/богатство, популярность/непопулярность, женское/мужское.*

8. Материал «История Илона Маска»:

Бинарные оппозиции: *семья/работа, бедность/богатство, младший/старший, успех/отсутствие успеха, популярность/непопулярность.*

9. Материал «История Тарека - создателя букетов из фруктов»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, ум/глупость, легкий путь/тяжелая дорога, популярность/непопулярность, молодость/зрелость, опыт/неопытность.*

10. Материал «История бренда энергетических напитков 5-hour ENERGY»:

Бинарные оппозиции: *большой/маленький, значительный/незначительный, бедность/богатство, опыт/неопытность.*

11. Материал «История Маса»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, опыт/неопытность, молодость/зрелость, ум/глупость.*

12. Материал «История Николая Сторонского»:

Бинарные оппозиции, которые присутствуют в материале: *бедность/богатство, популярность/непопулярность, ум/глупость, опыт/неопытность.*

13. Материал «История Джона»:

Бинарные оппозиции: *работа/хобби, бедность/богатство, опыт/неопытность, популярность/непопулярность.*

14. Материал «История Кевина»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, опыт/неопытность, популярность/непопулярность, молодость/зрелость.*

15. Материал «История Амига Агарвала»:

Бинарные оппозиции: *легко/трудно, бедность/богатство, популярность/непопулярность, опыт/неопытность.*

16. Материал «История Лина Делу»:

Бинарные оппозиции: *здоровье/болезни, бедность/богатство, комфорт/дискомфорт, популярность/непопулярность.*

17.Материал «История Момофоку Андо»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, молодость/зрелость, популярность/непопулярность, тяжелая жизнь/легкая жизнь.*

18.Материал «История Дэвида Барнера»:

Бинарные оппозиции: *проблема/решение, бедность/богатство, риск/страх, популярность/непопулярность, легкая дорога/трудный путь.*

19.Материал «История женщины, которая научилась программировать в 87 лет»:

Бинарные оппозиции: *молодость/старость, опыт/неопытность, бедность/богатство, новое/старое.*

20.Материал «История самой богатой женщины в мире до 40»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, ум/глупость, опыт/неопытность, желание/апатия, легкий путь/тяжелая дорога.*

21.Материал «История создания бренда Delicious Body»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, популярность/непопулярность, желание/апатия, опыт/неопытность.*

22.Материал «История создания бренда быюти-блендеров»:

Бинарные оппозиции: *опыт/неопытность, желание/апатия, бедность/богатство, популярность/непопулярность.*

23.Материал «История создания бренда купальнико»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, желание/апатия, легкая жизнь/трудный путь, популярность/непопулярность, опыт/неопытность.*

24.Материал «История Нилы Хейс»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство, опыт/неопытность, желание/апатия, популярность/непопулярность, молодость/старость.*

25.Материал «История Ллойда»:

Бинарные оппозиции: успех/неудача, популярность/непопулярность, бедность/богатство, желание/апатия, легкая дорога/трудный путь.

26.Материал «История создания бренда Victoria`s Secret»:

Бинарные оппозиции: *стеснение/раскрепощение*, желание/апатия, *успех/неудача*, *бедность/богатство*, популярность/непопулярность, семья/работа.

27.Материал «История Джо»:

Бинарные оппозиции: *успех/неудача*, *бедность/богатство*, трудная жизнь/легкий путь, опыт/неопытность, *желание/апатия*.

28. Материал «История певца Дрейка»:

Бинарные оппозиции: *бедность/богатство*, *легкая жизнь/трудная дорога*, популярность/непопулярность, удача/неудача.

29. Материал «История о певице Рианне»:

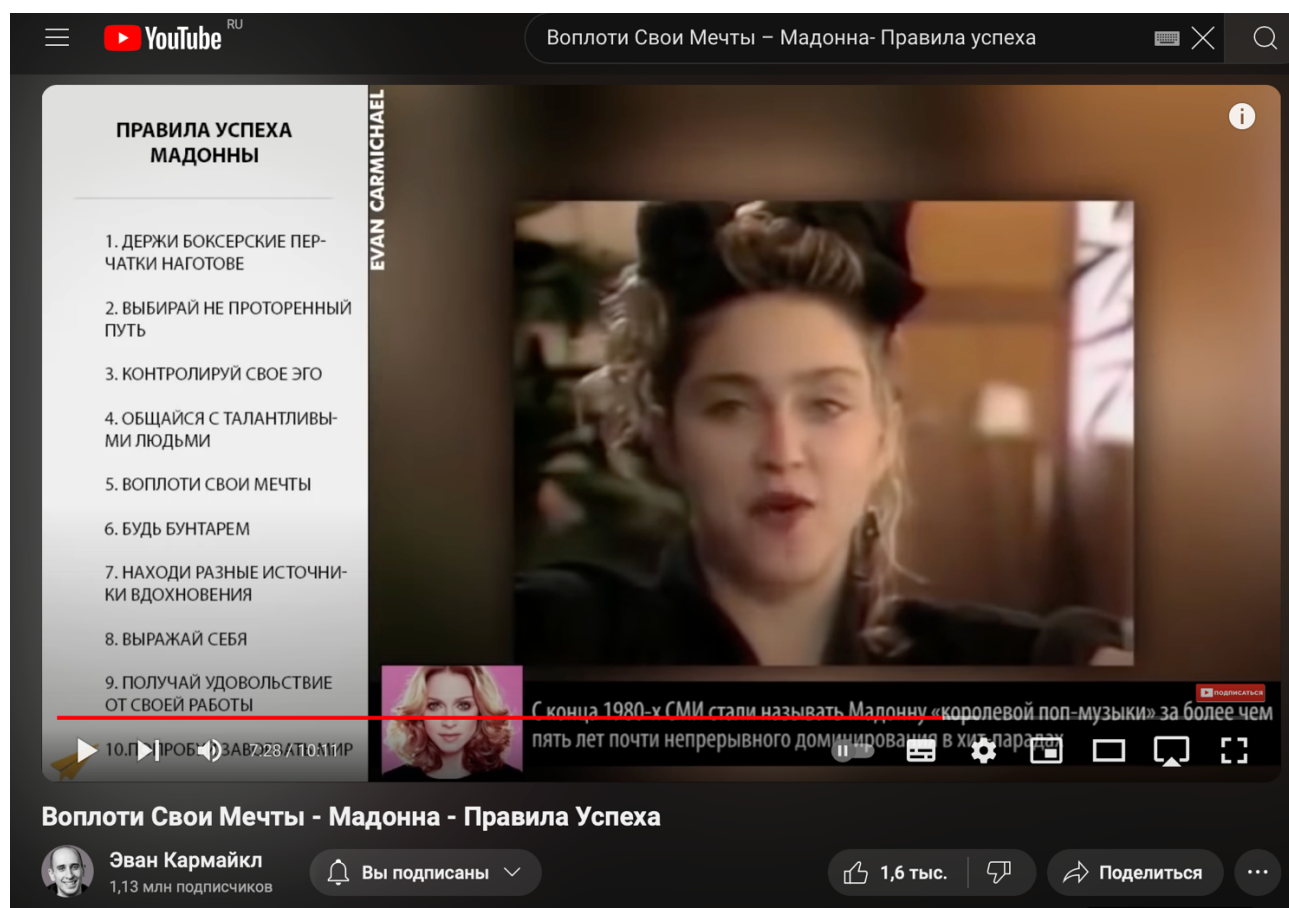
Бинарные оппозиции: *бедность/богатство*, *талант/посредственность*, молодость/зрелость, успех/неудача, популярность/непопулярность

30. Материал «История Илона Маска»:

Бинарные оппозиции: *успех/неудача*, *бедность/богатство*, семья/работа, популярность/непопулярность, *ум/глупость*. Популярны среди зрителей оппозиции выделены курсивом.

Приложение III Пример анализа мотивирующего контента платформы YouTube с иллюстрациями

1. Материал «Воплоти Свои Мечты – Мадонна - Правила успеха»



1. Бинарные оппозиции, которые можно вынести из данного материала:
успех/неудача, бедность/богатство, популярность/непопулярность, общество/личность, собственное мнение/общественное мнение, принятия/непринятие, талант/посредственность, осуждение/поощрение, борьба/смирение.

2. Рассмотрим материал с нарративной точки зрения:

- «Она американская певица автор-исполнитель, актриса и предприниматель, ее песни и клипы раскрыли новые горизонты в поп-музыке, она продала более 300 миллионов дисков и является самой коммерчески успешной исполнительницей в истории». Начало произведения раскрывается с инвариантом «обличение», который предполагает воспевание достижений главного героя.

- «На вашем пути будет много препятствий, и вам придется принять много сражений». Певица говорит о том, что человеку всегда придется бороться за то, что

важно. Необходимо держать боксерские перчатки наготове. Это выражение затрагивает инварианты «Борьба» и «Победа», выраженные в рамках рассказа о себе «обличение».

- **«Я не хочу повторяться, но мне бы хотелось ставить номера. Сейчас немногие этим занимаются, я сделаю нечто особенное, а вы всегда будете плыть против течения, тогда верно я всегда буду выбирать не проторенную дорожку, и это точно».** Данная часть включает в себя инварианты «Посредничество» - введение героини в непосредственную работу над проектом, «Отправка» - начало работы над проектом и модернизация и «Трансфигурация» - результат.

- **«В определенный момент нужно понять, что твое эго – это как твоя собака, и либо собака у тебя на поводке, либо ты у собаки».** Женщина говорит о том, что именно эго может выступать тем самым антагонистом (как и в случае с Дженнифер Лоуренс). Инвариант «вредительство».

- **«Чем более талантливы люди в твоём окружении, тем более вдохновения ты получаешь».** В данном фрагменте зритель наблюдает фактическое дарение волшебного средства (вдохновения), которое стимулирует, мотивирует и помогает пройти через необходимые для личностного роста препятствия. Инвариант «получение волшебного средства».

- **«Люди боятся бороться за себя, думать самостоятельно и реализовать свои мечты».** Мадонна говорит о панической боязни потерпеть поражение и о том, что человек, который боится этого, увидев победы другого попытается разрушить этот успех. В данном случае певица обозначает антагонистом общество, которое, наблюдая за успехами, старается осудить. В данном фрагменте зритель наблюдает влияние сразу нескольких мотивов: «Разведка антагониста» и «Вредительство (недостача)».

- **«Будь бунтарем. Я хорошая актриса, вы знаете, я бунтарка а это свойственно всем бунтарям, мне, как и всем бунтарям, я знаю, что на телевидении нельзя ругаться, совершенно все равно, что выдумаете, но эпатаж должен быть с умом».** Мотив «трансфигурация».

- **«На меня оказывают влияние разные вещи»**, - говорит певица. Путешествие женщины в поисках вдохновения является тем самым этапом профессионального роста. Мотивы «Отправка» и «Перемещение в иное царство».

- **«Бессмысленно хотеть быть лучше всех»**. В вырезке из интервью женщина говорит о том, у каждого есть индивидуальные способности, которые необходимо выражать так, как подсказывает нутро. Важным является тот факт, что Эван пытается донести словами певицы фразу «Будь собой», что является частым клише в роликах данного разряда. Мотивы «Победа», Воцарение или свадьба».

- **«Я ищу то-то новое... Мне нравится сажать семена и наблюдать за тем, как они прорастают»**, - говорит Мадонна в одном из своих интервью. Певица после того самого «воцарения», становится тем, кто может помочь другим талантливым молодым артистам, она выполняет функцию волшебного дарителя. Мотивы «Первая функция дарителя», «Получение волшебного средства».

- **«Я хочу завоевать мир»**, - говорит певица в выдержке, приведенной Эваном Кармайклом. Цель, которой следует певица на протяжении всего своего жизненного пути ведет ее через препятствия. («Воцарение»).

3. Нарративные матрицы в виде цепочки: обличение-борьба-победа-посредничество-отправка-трансфигурация-подвох-пособничество-вредительство-получение волшебного средства-разведка антагониста-подвох-вредительство-трансфигурация-отправка-перемещение в иное царство-победа-воцарение.

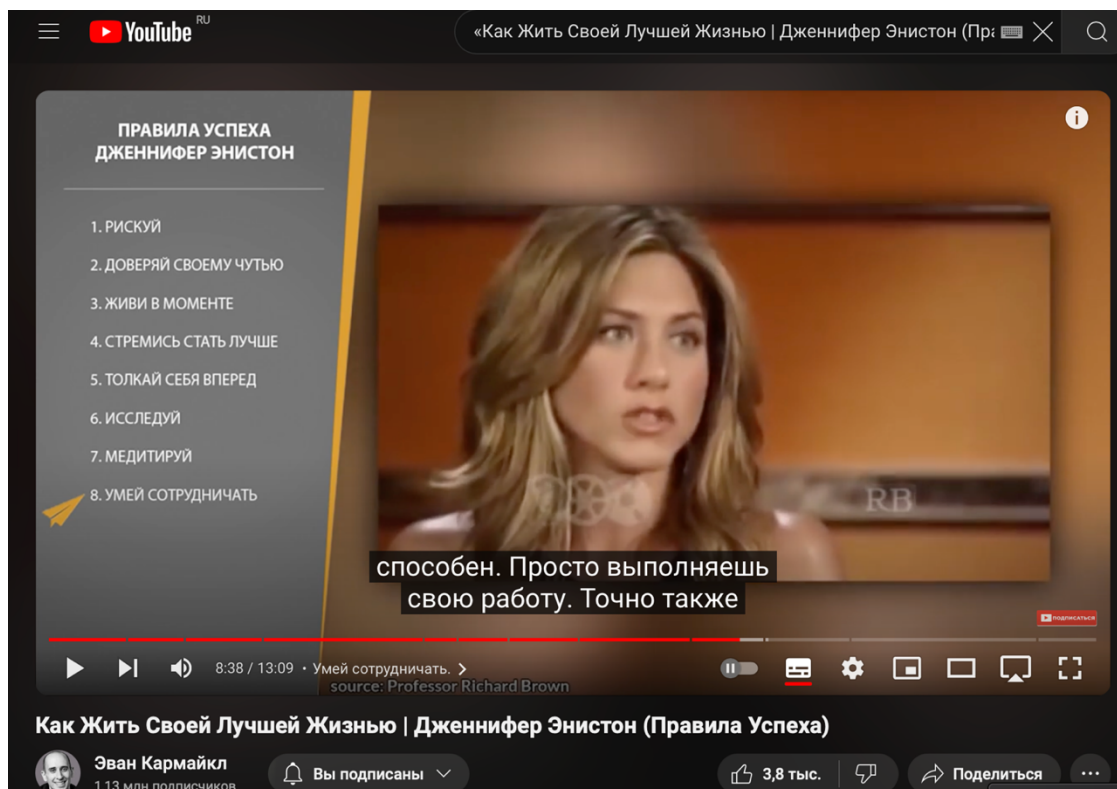
4. Средства выразительности:

Сравнение: твое эго – это собака;

Мотивационные советы: будь бунтарем.

5. Разговорный стиль речи.

2. Материал «Как Жить Своей Лучшей Жизнью | Дженнифер Энистон (Правила Успеха)»



1. Бинарные оппозиции, которые удалось найти в данном видеоролике: *успех/неудача, бедность/богатство, популярность/непопулярность, трудный путь/легкая дорога, верные друзья/предатели.*

2. Проанализируем видеоролик с нарративной точки зрения:

- «Она американская актриса, продюсер и бизнесвумен. Она снискала мировую славу за роль Рейчел Грин в сериале «Друзья». Она является одной из самых высокооплачиваемых актрис в Голливуде. Это Дженнифер Энистон, и моя подборка ее 10 правил успеха». Уже привычным образом автор представляет зрителю главного героя своего произведения. Перед нами предстает человек, который много добился, воспеваются регалии актрисы – мотив «обличение».

- «Рискуй. Я ощущала, что увязла. И очень боялась использовать свой шанс, забывая, что я актриса и могу играть разные роли. И в какой-то момент ты начинаешь чувствовать себя слишком комфортно и понимаешь, что топчешься на одном месте. И я сказала себе: «Не слушай, поставь барьер и не позволяй себе увязнуть в зоне комфорта, совсем не рискуя». Здесь актриса говорит о том, как она начала движение вперед из-за того, что остановилась в развитии, ей

было необходимо развиваться. Мотивы «начинающееся противодействие», «транс-фигурация».

- **«Доверяй своему чутью. Когда вам отправляют сценарий, на что вы прежде всего обращаете внимание? Чувствую ли я связь с этим проектом. Будь то серьезная работа, масштабный блокбастер или популярная комедия — мне главное, чтобы это приносило мне удовольствие. Результат всегда непредсказуем, и ты никогда не угадаешь. Главный момент: не работай с агрессивными людьми, с проблемными актерами. И двигайся дальше».** Актриса рассказывает о том, как ей приходится прислушиваться к своему внутреннему голосу «появление волшебного дарителя», она также говорит о том, что результат ее работы всегда непредсказуем, однако она все равно работает — «отправка».

- **«Живи в моменте. Мы с тобой верим, что мы сами все притягиваем в нашу жизнь. Что все происходит так, как должно, когда ты сам к этому готов. Знаешь, сейчас у меня такое чувство. Но сейчас я не хочу быть нигде больше, кроме того места, где нахожусь сейчас. Потому что, конечно, в твоей жизни были и слезы, и страдания. Я рыдала в три ручья, ты разочаровываешься, злишься на себя».** Девушка говорит о борьбе, которая происходит внутри, о том, как тяжело войти в какой-либо проект просто так, ей приходится сталкиваться с различными людьми, которые отрывают энергию. Мотивы «борьба», «перемещение в иное царство», «посредничество».

- **«Стремись стать лучше. Но это всегда личный выбор — подняться и двигаться дальше, становиться лучше».** Мотив «победа» и «воцарение».

- **«Толкай себя вперед. Но меня это мотивирует. Мотивирует стремиться к большему, испытывать себя и брать на себя риски. На мой взгляд главное здесь не расслабиться, и не увязнуть в зоне комфорта».** Девушка рассказывает о том, как не увязнуть в зоне комфорта, инвариант «борьба».

- **«Исследуй. В то время как огромное количество твоих друзей из актерской среды работы не имеют... Я просто не могу не быть благодарна за возможность**

играть в кино, которое нахожу смешным и развлекательным». «Получение волшебного средства», Актриса говорит о разнице между собой и другими коллегами. - «Умей сотрудничать. Ты делаешь все, на что способен. Просто выполняешь свою работу. Точно также и общаешься, поддерживаешь отношения столько, сколько можешь. Вовлекаешься по-максимуму. Иногда ты просто сидишь и выполняешь свою работу». Инвариант «борьба», предполагающий столкновение с трудностями, мотив «победа».

- «Люби себя таким, какой ты есть. Я никогда не была худощавой. Я всегда была круглолицым ребенком. Но сегодня все изменилось. И начала питаться правильно, а не из страха вернуться к прошлому. К отцу, разбившему семью, к беспечной матери. Хочу сказать всем молоденьким девочкам — мы все проходим через свои испытания». Здесь зрителю представлена базовая характеристика семьи главного героя «запрет» и «отлучка». Конец истории связан с инвариантом «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-начинающееся противодействие-транс-фигурация-отправка-борьба-перемещение в иное царство-посредничество-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: топчишься на одном месте;

Гипербола: рыдала в три ручья;

Мотивационные советы: умей сотрудничать, люби себя таким, какой ты есть, живи в моменте, исследуй, стремись стать лучше, толкай себя вперед.

5. Разговорный стиль речи.

3. Материал «Как Опра Уинфри Стала Знаменитой (История Успеха)»

1. *(см. Приложение I).*

2. Проанализируем материал с нарративной точки зрения:

- «Сегодня мы узнаем хронологию того, как успех пришел к Опре Уинфри. Опра Уинфри - успешный медиамагнат, продюсер, актриса и телеведущая», -

инвариант «обличение», которые помогает рассмотреть историю главного героя более подробно.

- **«Будущая телезвезда все детство провела с бабушкой на ферме. Она научилась читать в 3 года. Еще ребенком она любила громко декламировать».** Данная часть показывает то, какие базовые имеет Опра возможности. Она не имеет родителей, поэтому сталкивается с денежными проблемами. «Обличение».

- **«В 1960 году Опра переехала в Милуоки, штат Висконсин. В период с шести до тринадцати лет Опра жила в Милуоки с матерью. В 9 лет она подверглась жестокому обращению со стороны родственников. После этого она убежала из дома и впоследствии в 13 лет ее отправили в дом для несовершеннолетних».** В данном отрывке присутствуют инварианты «вредительство», «отправка», «нарушение запрета».

- **«Когда Опре исполнилось 14, ее мать отправила ее жить к отцу, в город Нэшвилл, штат Теннесси. Вернон был строгим отцом, но он был надежен, и большое значение придавал ее образованию».** «Посредничество» и «отправка» - введение в произведения героя, отправление в другую местность.

- **«В 1968 году в возрасте 14 лет Опра забеременела. Она родила мальчика, который умер вскоре после рождения. Смерть ребенка стала для нее страшным ударом. После этого она поклялась изменить свою жизнь».** Момент, который изменил мировоззрение главной героини охарактеризован мотивом «начинающееся противодействие». Девушка готова начать свой путь и жить по-новому.

- **«В 1971 году в возрасте восемнадцати лет Опра выиграла в театрализованном конкурсе красоты Miss Black Tennessee. Кроме того, она привлекла внимание местной радиостанции WVOL, и ее пригласили на работу на полставки».** Появление в жизни Опры «волшебного дарителя» и «реакция на действия будущего дарителя».

- **«14 августа 1978 года в эфир вышла программа «Люди говорят». Опра стала самым молодым репортёром, работая в местных СМИ, и первой чернокожей женщиной-репортёром телевидения Нэшвилла».** Здесь автор говорит о том, как

начинает меняться главная героиня – «трансфигурация». Она обретает новые навыки, необходимые для дальнейшего воцарения.

- «В 1983 году Опра переехала в Чикаго. Там она стала ведущей утреннего шоу с небольшим рейтингом под названием «ЭйЭм Чикаго». Первый эпизод вышел в эфир 2 января 1984 года. Через несколько месяцев с последних строчек в рейтингах шоу вышло на первые позиции и стало самым популярным в Чикаго», - «перемещение в иное царство».

- «Оно было переименовано в «Шоу Опры Уинфри», получило дополнительные полчаса времени в эфире и с 8 сентября 1986 года стало транслироваться по национальному телевидению. 18 декабря 1985 года вышел фильм «Цветы лиловые полей». Данный отрывок раскрывает мотив «воцарение».

6. Нарративная цепочка: обличение-недостача-вредительство-отлучка-нарушение запрета-посредничество-отправка-начинающееся противодействие-реакция на действия будущего дарителя-трансфигурация-перемещение в иное царство-воцарение.

4. Средства выразительности:

Метафора: порция мудрости, завоевать доверие, поток жизни;

Эпитет: страшный удар;

Олицетворение: пришел успех.

5. Разговорный стиль речи.

4. Материал «Не Принимай Негатив Близко к Сердцу | Билл Гейтс».

1. (см. Приложение I).

2. Проанализируем материал с точки зрения инвариантных нарративов:

- «Недавно я начал вести серию «Мышление миллиардеров» и сегодня нас ждет очередной ее выпуск. Мне важно ваше мнение, так что смотрите и пишите, что думаете. Сегодня мы будем учиться у Билла Гейтса». Автор канала обозначает главного героя, говорит, что он миллиардер. Мотив «обличение».

- «Много лет, с раннего детства вас называли чудиком. Вас это ранило? Как вы относились к этому? - Ну чудики тоже разные бывают. Я был тем, кто мог

начать читать научную книгу и остановиться, лишь дочитав ее до конца. И мне без разницы, если кто-то находит интерес к науке чудным». «Происки антагониста» - буллинг главного героя в детстве. «Ну.. конкуренция в нашем деле немаленькая. Просто, когда ты достигаешь успеха уровня Майкрософт, будь готов, что появятся люди, которые станут говорить про тебя гадкие вещи. Поэтому тебе стоит научиться не принимать подобные вещи близко к сердцу. Если вы делаете что-то значительное, у вас будут хейтеры». Мужчина говорит о мотивах «борьбы» и «воцарении».

- «Чем активнее вы будете отстаивать свои идеи, тем активнее будут отстаивать свои взгляды ваши злопыхатели, потому что будут воспринимать вас как врага». – Мотив «трансфигурация», «борьба», «победа».

- «Да, ваши смелые действия могут кого-то расстроить и вовсе не потому, что они ненавидят вас, а потому что ненавидят что-то в себе. Мой девиз «верь». Он мощный, позитивный, вдохновляющий». Девиз как «волшебное средство», которое помогает продвигаться дальше к своей цели.

- «Может, это звучит слишком грубо — не трать свое время на таких людей, игнорируй их, но по сути они отнимают у тебя так много энергии... В это время я мог лично вдохновить дюжину человек на новые свершения, а мог пытаться вытащить из пучины негатива одного, и то не факт, что успешно». Инвариант «победа», «трудная задача», «решение».

- «И если вы боитесь делать что-то значительное, заметное, потому что боитесь хейтеров, негатива, поймите, что никому не будет лучше, если вы будете мелко плавать. Не позволяйте кучке людей препятствовать вашему продвижению к цели». Мотив «начинающееся противодействие» и «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-происки антагониста-борьба-воцарение-трансфигурация-борьба-победа-трудная задача-решение-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: называли чудиком, гадкие вещи, хейтеры, злопыхатели;

Мотивационные советы: придется научиться не принимать близко к сердцу, мой девиз «верь», не трать свое время на таких людей, игнорируй их;

Метафора: пучина негатива, мелко плавать;

Гипербола: вдохновить дюжину человек;

Эпитет: гадкие вещи, мощный девиз;

5. Разговорный стиль речи.

5. Материал «Невероятная история успеха. Халил Рафати - Я забыл умереть!».

1. (см. Приложение I).

2. Рассмотрим видеоролик с позиции нарративов:

- **«Сейчас Халил Рафати – владелец крупнейшего бизнеса в Калифорнии. Кроме того, он продолжает работать в реабилитационном центре и владеет студией йоги в Малибу. Ведет здоровый образ жизни и находится в прекрасной физической форме».** Мотив «обличение», который предполагает рассказ о достижениях героя до начала самой истории.

«Я родился в США в штате Огайо, детство и юношество были крайне трудными периодами. Халил бросил школу и не имел образования, вместо этого он выбрал иной путь, который был чреват падением на социальное дно: грабежи, вандализм, допросы в полиции. Вот, чем жил молодой человек все эти годы». Базовые стартовые возможности героя невелики, мотив «недостача».

- **«Меня арестовывали намного больше раз, чем я помню. У него была мечта стать популярным актером, и, чтобы ее достичь в возрасте 21 года, он отправляется в Лос-Анджелес, однако, у судьбы были другие планы».** Мотив «начинающееся противодействие» предполагает введение главного героя в активные действия.

- **«Оставив мечту, Халил начал зарабатывать с помощью дорогих машин, а свободное время посвящал творчеству: играл в музыкальной группе».** «Отправка».

- «В один момент я стал зависим от наркотиков, жизнь полностью пошла под откос, я ночевал на улицах, практически не мылся и продавал наркотики, чтобы получить новую дозу, когда мне исполнилось 33 года, мой вес был 49 килограмм, тело покрылось язвами, организм требовал очередную дозу, я был на самом дне. Иногда мне было настолько больно, что я не мог спать, было множество попыток бросить наркотики, но все усилия были напрасны». «Борьба» и «трудная задача».

- «После восстановления он начал осознавать, что пора меняться. Халил провел четыре месяца в реабилитационном центре, с тех пор больше никогда не принимал наркотики. Что только не пришлось сделать, чтобы выжить: мыть машины, выгуливать собак, подрабатывать садовником, быть помощником в реабилитационном центре в Малибу, но с 2003 года с наркотиками было покончено навсегда». «Перемещение в иное царство» наступает тогда, когда он решает взять себя в руки.

- «Я работал семь дней в неделю, при этом зарабатывал немного, лишь одна мысль заставляла двигаться вперед, что нельзя, ведь сдаваться все началось меняться, когда меня навестил старый товарищ, с которым мы много беседовали, мечтали о светлом будущем. Он постоянно рассказывал о витаминах и полезных продуктах, а я хватался за все, что могло бы изменить мою жизнь к лучшему». Мужчина сталкивается с другом, который его воодушевляет на свершения. Мотив «действия будущего дарителя», «получение волшебного средства».

- «В 2007 на заемные деньги он берет в аренду дом и открывает свой небольшой реабилитационный центр. Для своих пациентов Халил делает собственный фруктовые смузи, вкус которых тут же захватывает многих людей». В данном отрывке можно заметить мотив «борьба».

- «Очень скоро слава его напитков выходит далеко за пределы реабилитационного центра, когда спрос увеличился Халил начал действовать, и уже в 2011 году основал компанию sun life arguing». Мотив «победа».

- «Бизнес пошел на расширение: открылись 6 кафе-баров, а ежегодные

продажи стали составлять более 6 миллионов долларов. Сейчас Халил владелец крупнейшего бизнеса в калифорнии». История завершается инвариантом «воцарение».

3. Нарративные матрицы в качестве цепочки: обличение-недостача-начинающееся противодействие-отправка-борьба-трудная задача-перемещение в иное царство-действия будущего дарителя-получение волшебного средства-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Метафора: социальное дно, вкус захватывает людей;

Эпитет: старый товарищ, светлое будущее;

Фразеологизм: пошла под откос;

5. Разговорный стиль речи.

6. Материал «Нищий» работяга по имени Луи придумал бренд Louis Vuitton | История бренда Луи Виттон».

1. (см. Приложение I).

2. Проанализируем материал с нарративной точки зрения:

- «В 1858 году в Париже был представлен первый в своем роде плоский чемодан, получивший название трианон, а придумал его тот человек, чье имя сейчас у всех на слуху. Именно так мир впервые услышал имя Луи Виттона, первая мастерская Louis Vuitton была открыта в Париже в 1854 году». Мотив «обличение».

- «Родился он 4 августа 1821 года в маленьком городе на юге Франции. Еще с самого детства ему было предрешиено пройти тяжелый путь: каждый день мальчик помогал отцу, работал на ферме с раннего утра до позднего вечера. Средств на нормальную жизнь не хватало, он ел один раз день». Инварианты «недостача» и «трудная задача».

- «Жизнь оказалась совсем несладкой и сказочной, уже в тринадцатилетнем возрасте в поисках лучшей жизни, он покидает отчий дом и в одиночестве,

пешком отправляется в Париж. Ему пришлось пройти целых четыреста семьдесят километров пути дороги в неизвестность, чтобы добраться из родного поселения до Парижа - города, где сбываются все мечты». Мотив «отправки», где главный герой отправляется в путешествие.

- «Только в возрасте 16 лет Louis Vuitton наконец-то дошел до Парижа, первые пару недель пребывания в модной столице были настоящей каторгой для молодого парня, он скитался по улицам в поисках работы, спал где попало». Инвариант «борьба».

- «Жизнь была с ним суровой до того момента, пока в один день он не увидел витрине 1 мастерской красивую коробку, с качественно упакованными вещами, внутри ее форма, цвет, изгибы завлекли Луи настолько, что он даже осмелился выйти внутрь, чтобы увидеть всю красоту не через стекло витрины». Мотив «получение волшебного средства».

- «Он сразу обратил внимание на то, что работники не справляются с работой из-за большого наплыва людей, тогда он подошел к руководителю мастерской и предложил свою помощь, уже на следующий день парень стал полноправным работником мастерской». Мотив «перемещение в иное царство».

- «Именно благодаря своему упорству уже через несколько лет Луи заслужил репутацию среди богатых парижан как одного из лучших практиков этого дела». Мотив «трансфигурация».

- «В 1854 году Луи открывает собственную мастерскую на улице капуцинов». Инвариант «борьба», где главный герой врывается в деятельность индустрии.

- «В 1858 году он представил миру свои революционные водонепроницаемые сундуки прямоугольной формы с закругленными крышками». Мотив «победа».

- «Удобства нового аксессуара привлекли самую состоятельную публику. Это был нереальный успех, заказы сыпались сотнями, об этом чудо чемодане узнали далеко за пределами Франции». История завершается мотивом «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-недостача-трудная задача-отправка-борьба-получение волшебного средства-перемещение в иное царство-трансфигурация-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: пребывание стало каторгой;

Метафора: наплыв людей;

Эпитет: суровая жизнь, несладкая и сказочная жизнь;

Гипербола: сыпались сотнями.

5. Разговорный стиль речи.

Приложение IV Пример анализа мотивирующего контента платформы Tik-Ток с иллюстрациями

1. Материал «История модели из Индии».



1. Бинарные оппозиции, которые можно выделить: *успех/неудача, бедность/богатство, известность/неизвестность, красота/уродство, помощь/вред.*

2. Данный материал также можно назвать мотивирующим, потому что он построен при помощи обозначенных нами нарративных мотивов:

- **«Пару лет назад она жила в трущобах и ей нечего было есть, а сейчас она известная девочка-модель».** Автор использует сказочный мотив «обличение», который помогает ввести зрителя в историю, заинтересовать его.

- **«Актер Роберт Хоффман прилетел для съемок музыкального клипа. Ему нужно было найти людей, живущих в тотальной нищете, еле выживая, настоящих обитателей трущоб».** Интересным является то, что историю начинаю с появления волшебного дарителя, он преследует свои цели в данной истории, одна продолжает выполнять все сказочные ролевые функции. «Первая функция дарителя».

- **«Один из его друзей сказал, что недавно случайно увидел очень красивую маленькую девочку, которая живет на улицах Мумбаи. Они поехали на ее поиски, и когда Роберт ее увидел, он сказал, что улыбка этой девочки на миллион баксов».** Сказочная функция «выведывание» здесь работает в противоположном значении. Выведыванием занимается не антагонист истории, а волшебный даритель.

- **«Хоффман не мог поверить, что никто не замечает красоты этого ребенка. В индийской культуре темная кожа считается непривлекательной. Он понимал, что международная индустрия красоты увидит в ней совершенно другого ребенка».** Инвариант «клеймение», который предполагает, что никто не заинтересован во внешности маленькой девочки.

- **«Малиша рассказала, что растет без мамы, а папа перебивается случайными заработками, что больше всего на свете она мечтает стать моделью».** В данном отрывке можно выделить функцию «вредительства», зрителю сообщают о том, что девочка не имеет никаких материальных благ, она может добиться цели и без денег (функция «борьба»).

- **«На выходные она ходит на местную съемочную площадку в надежде, что ее заметят и выберут актером второго плана».** «Нарушение запрета» раскрывает нам мечты главной героини.

- «Ее рассказ ошарашил Роберта. Чтобы ей помочь, он создал страницу для продвижения, где поделился историей Малиши». «Первая функция дарителя», где волшебный помощник помогает девочке исполнить мечту.

- «В сети эта история тронула многих людей, вскоре она заработала прозвище «принцесса из трущоб», которая теперь может похвастаться 380 тысячами подписчиками». «Клеймение», «трансфигурация». Точка зрения касательно внешности главной героини меняется, она уже становится «принцессой», а не посредственной темнокожей индианкой.

- «В том же году она появилась на обложке известного журнала, вскоре для девочки стали выстраиваться новые модельные проекты». Мотив «победы».

- «А мораль этой истории такая: человек всегда должен мечтать, что видеть смысл своей жизни».

3. Рассмотрим нарративную цепочку: обличение-первая функция дарителя-выведывание-клеймение-вредительство-нарушение запрета-первая функция дарителя-клеймение-трансфигурация-борьба-победа.

4. Средства выразительности

Разговорная лексика: ошарашил Роберта;

Метафора: история тронула многих;

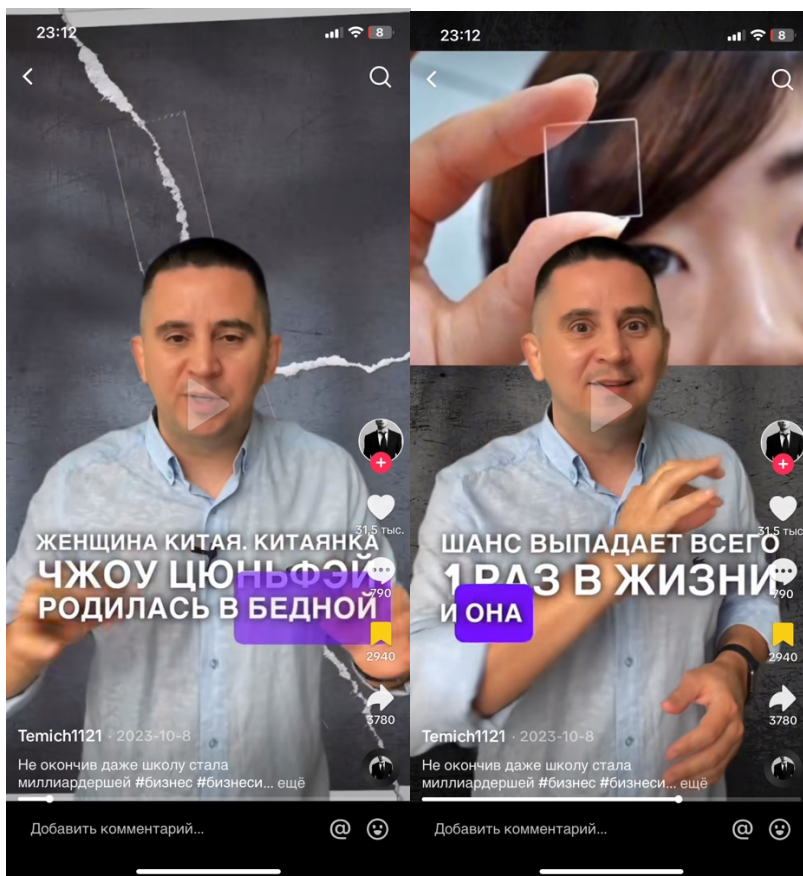
Олицетворение: проекты стали выстраиваться;

Эпитет: тотальная нищета;

Мотивационные советы: мечтай о том, что хочешь видеть в своей жизни.

5. Разговорный стиль речи.

2. Материал «История жизни девушки из Китая»



1. Бинарные оппозиции, которые можно выделить в данном видеоролике: *бедность/богатство, успех/неудача, жизнь/смерть.*

2. Блогер аналогичным образом выстраивает историю повествования таким образом, чтобы она повторяла композицию волшебной сказки. Для этого он использует инвариантные мотивы, рассмотрим более подробно:

- **«В 15 лет она работала на конвейере, а сегодня богатейшая женщина Китая».** Блогер использует такой прием, как «обличение», позволяющий кратко обозначить главного героя и описать суть истории.

- **«Китаянка Чжоу Цюньфэй родилась в бедной семье. Отец ослеп, а мама умерла, когда девочке было пять лет».** Стандартным образом герой истории рождается в бедной семье, которая базово не способна обеспечить ребенка. В данном случае девочка сталкивается со смертью матери и проблемами со здоровьем отца, что отражает такой сказочный мотив, как «недостача».

- **«В 15 Чжоу бросает школу, и чтобы хоть на что-то жить она идет работать на конвейер небольшого стекольного завода, их там было человек 10 работников,**

все они каждый день делали одно и то же: годами полировали стекло». Мотив «отправка» (главная героиня отправляется в путешествие, которое приведет ее к конченому воцарению).

- «Когда завод закрылся Чжоу пыталась сама запустить бизнес. И вдумайтесь, 11 раз прогорела. Но на 12 попытке она открывает свою компанию «Lens technology» по изготовлению сенсорных экранов, и это становится делом ее жизни». «Начинающееся противодействие» показывает то, как девушка меняется на протяжении всей истории. Здесь автор показывает ее черты характера, способные привести к победе.

- «Не все так было легко! Из-за маленького количества заказов она дважды продает свой дом, чтобы выплатить зарплату своим работникам. Компания еле держится на плаву заказов практически нет, но она не сдаётся». Во-первых, можно заметить смену позиции главного героя, что указывает на «перемещение в иное царство», Чжоу добилась того, что у нее теперь есть компания, она является предпринимателем. Во-вторых, здесь четко прослеживается мотив «борьбы», который опять же показывает благородность героя. Она готова лишиться дома, но зарплату она выплачивает.

- «Тут ей в компанию пишет Motorola, они просят сделать немного стеклянных экранов для своих телефонов». Часть охарактеризована появлением волшебного дарителя «первая функция дарителя», Motorola делает заказ, тем самым испытывая предпринимательницу. Пройденное испытание помогает ей перейти на следующий этап развития.

- «Девушка понимает, что такой шанс выпадает всего 1 раз в жизни, и она его не упускает».

- «Motorola, увидев такое профессиональное отношение к работе, теперь заключает с ней контракт на сотни тысяч стекол». «Получение волшебного средства», Motorola делает крупный заказ, помогая компании закрепиться на рынке.

- «Сейчас же именно ее стекло используется и в *iphone* и в *samsung*, а состояние девушки оценивают в 7,7 миллиардов». Сказочные мотивы «победа» и «воцарение».

3. Рассмотрим нарративную цепочку: обличение-недостача-отправка-начинающееся противодействие-перемещение в иное царство-борьба-первая функция дарителя-получение волшебного средства-победа-воцарение.

4. Средства выразительности

Метафора: компания держится на плаву;

5. Разговорный стиль речи.

3. Материал «История Джо».

1. (см. Приложение II).

2. Более подробно рассмотрим нарративы:

- «Он не окончил даже школу, вошел в книгу рекордов Гиннесса, как лучший продавец в мире». Мотив «обличение».

- «Джо родился в неблагополучной семье, постоянные побои отца, нервы-трепки дома и заикание. Отец никогда не верил в него и часто твердил, что он ничего в жизни не добьется. В 9 лет, чтобы хоть как-то помочь семье, Джо стал чистить чистить обувь». Мотив «трудная задача».

- «Сразу после школы он шел в соседние бары и предлагал услуги по чистке обуви, так он стал зарабатывать свои самые первые деньги». «Отправка».

- «А в 11 устраивается вообще на вторую работу продавцом газет, ежедневно пацан вставал в 5:30, чтобы утром до школы успеть распродать все газеты, чтобы продавцы лучше работали пресса дарил курьера ящик пепси за новые заказы». «Начинающееся противодействие».

- «Кладовка Джо была полностью заполнена ящиками, которую тогда уже успешно продавал соседским детям. Уйдя со школы, Джо принял решение устроится в отдел по продажам авто, но он умолял дать ему шанс. В этот же

вечер он продает свою первую машину». Инварианты «победа» и «получение волшебного средства».

- «За 15 лет он продал 13 тысяч автомобилей, все в розницу, написал несколько книг». Мотив «воцарение».

3. Рассмотрим цепочку из нарративов: обличение-трудная задача-отправка-начинающееся противодействие-получение волшебного средства-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: умолял дать ему шанс, пацан, нервотрепки;

5. Разговорный стиль речи.

4. Материал «История Лина Делу».

1. (см. Приложение III).

2. Рассмотрим материал с точки зрения инвариантов:

- «Он сделал лучшую подушку для сна, теперь в год он на этом зарабатывает миллиард долларов. После его очередной бессонной ночи Линделлу для себя решил, что он сделает самую лучшую в мире подушку, чтобы было удобно спать». Мотивы «обличение», «трудная задача».

- «Это был 2004 год, он произвел огромное количество тестов и сделал эту подушку». Мотив «отправка».

- «Вот он производит 300 тестовых подушек и решает пойти к первым своим покупателям. Никто не купил у него подушку. Дальше ему предлагают открыть свой небольшой островок в торговом центре». Инвариант «начинающееся противодействие».

- «12 тысяч долларов ему нужно было вложить, он вложился, никаких продаж там тоже не было. Проходит 6 лет, уже 2011 год, а результатов нет». Мотив «недостача».

- «У него берут интервью, просто, чтобы он рассказал свою историю. Из-за этого интервью на него посыпалось огромное количество продаж. Он понял,

что должен нарезать кусочки интервью и прикладывать фотографию, где он обнимает эту подушку». В данном отрывке присутствуют мотивы «победа» и «перемещение в иное царство».

-«Продажи стали расти, потому что он раскрыл свою историю. Он решает открыть свой телемагазин. Продажи год от года росли, сейчас годовая выручка составляет 1200000000 долларов». Мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-трудная задача-отправка-начинающееся противодействие-недостача-перемещение в иное царство-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: посыпалось огромное количество продаж;

Метафора: продажи росли, раскрыл историю;

Гипербола: самая лучшая в мире подушка;

5. Разговорный стиль речи.

5. Материал «История Нилы Хейс».

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим материал с нарративной точки зрения:

- «Двенадцатилетняя школьница Нила Хейс заработала полтора миллиона долларов на продаже своих же картинок». Мотив «обличение».

- «У девочки было хобби, она любила рисовать, но потом, когда папа купил ей пенсил, она перенесла свои картинки в планшет и продолжила рисовать там». Инвариант «отправка», который ознаменует старт активного сюжетного повествования.

- «Как-то смотря ее рисунки, папа сказал, что у нее прикольно получается, может, создать коллекцию каких-то одних рисунков и выложить их в интернет. Нила сразу не восприняла совет». «Действия будущего дарителя», где отец девочки помогает герою советом.

- «Но потом она все-таки прислушалась и решила создать коллекцию портретов девушек с длинными шеями. В марте она закончила свою коллекцию из 75 рисунков». Мотив «борьба».

- «Выкладывает на сайт opensea в формате nft, брат ей помог. Тут о чудо, папа-то оказался прав, и ее коллекция зашла людям, за несколько дней она продала 51 картинку из 75». «Получение волшебного средства» и «перемещение в иное царство».

- «Увидев такой успех, в июле она выпускает уже большую коллекцию из 3333 женских портретов. Коллекцию раскупили за несколько часов». В данном отрывке показан инвариант «победа».

- «Позже она, конечно, создала еще коллекцию, продавая свои портреты, она заработала полтора миллиона долларов». Мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка из мотивов: обличение-отправка-действия будущего дарителя-борьба-получение волшебного средства-перемещение в иное царство-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: тут о чудо, коллекция зашла людям, прикольно получается;

5. Разговорный стиль речи.

6. Материал «История Тарека – создателя букетов из фруктов».

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим более подробно нарративные мотивы в видеоролике:

- «Этот парень придумал продавать букеты из фруктов, и уже в 2014 выручка его компании была половину миллиардов долларов». Мотив «обличение».

- «Основателя зовут Тарик, и в 17 лет он решил подрабатывать. Он там что-то помогал переворачивать бургеры, сгребал снег, за это ему давали какие-то

денежки». В данном отрывке показаны базовые возможности главного героя, чтобы проследить его путь становления, мотив «недостача».

- «Позже он увлекся торговлей, ему понравился цветочный бизнес. Он настолько увлекся, что он решил рискнуть. Короче, он занял 5 тысяч долларов у своих знакомых. Решил открыть первый цветочный магазин». Мужчина рискует, его знакомые выступают в качестве дарителей, инвариант «действия будущего дарителя».

- «Спустя там пару лет у него уже было 4 цветочных магазина, он себя нормально чувствовал». Мотив «перемещение в иное царство».

- «Он заметил, что помимо цветов, люди часто еще берут фрукты. Он у них спросил о том, зачем им фрукты. Они просто сказали о том, что мужчинам нравятся фрукты, это универсальный знак внимания. Он решил соединить цветы и фрукты. Клиенты стали говорить, что это универсальный подарок».

В данном случае мужчина меняет свои взгляды, пытается проанализировать рынок. Он получает новые умения, мотивы «трудная задача» и «решение».

- «Он решил сделать ребрендинг, убрать все цветы, сосредоточиться только на букетах из фруктов. Бизнес попер». «Трансфигурация».

- «Дальше он пошел по инвесторам, но ему все отказывали. Но ему поверил единственный основатель Сабвей, проинвестировал его». «Получение волшебного средства» раскрывает то, как в главного героя поверили основатели компании.

- «К 2014 году у них уже было 100- точек, полмиллиарда долларов оборот». Мотив «воцарение» и мотив «победа» присутствуют в данном отрывке.

3. Нарративная цепочка: обличение-недостача-действия будущего дарителя-перемещение в иное царство-трудная задача-решение-трансфигурация-получение волшебного средства-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: Он спросил, они просто сказали, короче, сгрэбал денег, че-то помогал, денежки;

Метонимия: Сабвей проинвестировал его;

Эпитет: универсальный подарок;

5. Разговорный стиль речи.

7. Материал «История Паулы Шер».

1. (см. Приложение II).

2. Проанализируем нарративную концепцию материала:

- **«Эта девушка нарисовала на салфетке за 10 секунд логотип, и ей заплатили 1 500 000 \$, хочу рассказать, как нужно дорого себя оценивать и продавать».**

В данном отрывке можно заметить мотивы «воцарение» и «обличение», главная героиня достигла уже состояния героя, об это автор и говорит в самом начале, чтобы ее обозначить.

- **«1988 году две компании решили объединиться, им нужен был новый логотип, чтобы он отражал их новую философию. Они решили нанять Паула Шерр».** В данном отрывке мы сталкиваемся с волшебными дарителями, которые предоставляют работу девушке. «Первое появление волшебного дарителя» и «получение волшебного средства».

- **«Сидя на встрече, ей понадобилось всего 10 секунд, чтобы накидать этот набросок».** В данном отрывке можно увидеть то, каким навыками обладает главный герой произведения, мотив «трансфигурация».

- **«Позже у нее в интервью прашивали, это вообще нормально, что вы такие деньги берете за 10 секунд работы?».** Мотив «перемещение в иное царство».

- **«И она говорит: «Ребят, на создание логотипа мне потребовалось 10 секунд и 34 года моего опыта».** В данном отрывке мы понимаем, что главная героиня прошла тяжелый и долгий путь, чтобы достигнуть успеха. Мотивы «борьба» и «победа».

- **«Она задается вопросом о том, почему мы оценивает стоимость услуг по тому сколько времени мы на это тратим, это вообще неправильно».** Мотив «воцарение».

3. Нарративные матрицы в материале: обличение-первое появление дарителя-получение волшебного средства-трансфигурация-перемещение в иное царство-борьба-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: накидать набросок;

5. Разговорный стиль речи.

8. Материал «История Майкла Рубина».

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим более подробно нарративную часть видеоролика:

- **«В 9 лет начал свой бизнес и стал миллиардером. Он в 9 лет стал продавать семена, а уже в 10 лет на него работало 5 приятелей».** Мотив «обличение», блогер говорит о достижениях главного героя в начале видеоролика.

- **«В 14 лет он решил открыть магазин, папа оформил на себя аренду, так он стал продавать лыжи. В 15 лет он заработал полмиллиона долларов и купил порше».** «Трансфигурация»

- **«В 16 лет он чуть не бросил бизнес, потому что в Пенсильвании не было снега, лыжные товары вообще не продавались, а ему нужно было оплачивать счета».** Мотив «отправка», главный герой переходит к фазе активных действий.

- **«На него было заведено сто судебных дел».** Мотивы «трудная задача» и «недостача», главному герою предстоит справиться с возникшими проблемами.

- **«И тут он заметил, что много таких компаний лыжных банкротятся, он решает рискнуть, занял денег и скупает весь товар таких компаний. Мужчина продает их чуть дороже».** Инвариант «борьба».

- **«Уже в 21 год он заработал сто миллионов долларов, он продавал оптом обувь».** Мотив «начинающееся противодействие», который показывает, что главный герой готов к активному действию.

- «Он решает сделать компанию **GSI Commerce**, которая помогает другим продавцам продавать в онлайн». «Перемещение в иное царство», мужчина помогает решать развивать бизнес в интернете.

- «Сейчас он владеет крупнейшей компанией, которая продает спортивный мерч». Данный отрывок содержит мотивы «воцарение» и «победа».

3. Нарративная цепочка: обличение-трансфигурация-отправка-трудная задача-недостача-борьба-начинающееся противодействие-перемещение в иное царство-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: продавать в онлайн;

Эпитет: крупнейшая компания;

5. Разговорный стиль речи.

9. Материал «История Маса».

1. (см. Приложение II).

2. Рассмотрим нарративы данного материала:

- «Как за одну минуту заработать 1 миллиард долларов. Кто не знает, кто такой Маса – легенда, он еще в 2004 году терял 98% своего состояния, потому снова вернулся на олимп бизнеса». Мотивы «обличение» и «борьба».

- «В 2016 году в Токио приехала делегация из Саудовской Аравии. Приехал наследный принц Мухаммед Бин Салман, Маса его встречает и начинает говорит о том, что принц впервые в Токио, и что он хочет сделать ему подарок». В данном отрывке присутствует мотив «начинающееся противодействие».

- «Он хотел подарить ему один триллион долларов. У принца глаза типа «чего?». Маса говорит, что он создает фонд на 100 миллиардов баксов, те, кто вложатся в него, смогут заработать 1 триллион долларов. Разговор длился минуту». Мотив «трудная задача».

- «Принц вложил в его фонд 45 миллиардов долларов. Конечно, репутация сейчас у его фонда не очень хорошая, технологические компании чувствуют

себя плохо, большие репутационные риски». «Победа», мужчина заключает сделку с принцем.

- «Маса говорит, что он верит, что фонд – перспектива на 300 лет». Мотив «воцарение» появляется в дальнейшей перспективе.

3. Нарративная цепочка: обличение-борьба (в рамках обличения)-начинающееся противодействие-трудная задача-победа-воцарение.

4. Средства выразительности:

Разговорная лексика: у принца глаза типа «чего?»;

Метафора: олимп бизнеса;

Мотивационные советы:

5. Разговорный стиль речи.

10. Материал «История Джейн Биркин».

1. *(см. Приложение II).*

2. Рассмотрим видеоролик с нарративной точки зрения:

- «Эта сумка Биркин стоит полмиллиона долларов, знаете почему так много? Сейчас расскажу! 40 лет назад Джейн Биркин была иконой моды, она везде с собой носила корзинку вместо сумочки». Мотив «обличение».

- «В 1984 году она летела из Парижа в Лондон. Садится в самолет и пытается свою корзину засунуть в отсек. У нее это не получилось, все выпало перед незнакомцем. Она пожаловалась незнакомцу на то, что не существует стильной и практичной сумки на выходные дни, которую можно взять с собой в ручную кладь в самолете». «Трудная задача».

- «Но она не знала, что человек рядом был генеральным директором компании Эрмес. Вместе они весь полет рисовали дизайн такой сумки, как она могла бы выглядеть». «Первое действие волшебного дарителя».

- «Спустя год он звонит Джейн и говорит, что Эрмес выпускает сумку Биркин. Эту сумка была квадратная, со специальным отсеком под детское питание». Мотив «победа», который предполагает, что данный продукт появляется в свет, идея Биркин воплощена в жизнь.

- «Сегодня эти сумки такие дорогие, потому что нет гарантированного пути, где ты можешь прийти и просто купить ее». В данном отрывке присутствует мотив «воцарение».

3. Нарративная цепочка: обличение-трудная задача-первое появление волшебного дарителя-победа-воцарение.
4. Средства выразительности:
Риторический вопрос: Эта сумка Биркин стоит полмиллиона долларов, знаете почему так много? Сейчас расскажу!
5. Разговорный стиль речи.