

Санкт-Петербургский государственный университет

**ВАСИЛЬЕВА Мария Алексеевна**

**Выпускная квалификационная работа**

**Прагмалингвистический анализ интернет-текстов о ментальном  
дискомфорте**

Уровень образования: магистратура

Направление 45.04.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа ВМ.5664. «Лингвокультурология  
Великобритании и США»

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук,  
Кафедра английской филологии и  
лингвокультурологии,  
Силантьева Вероника Георгиевна

Рецензент:  
доцент, ФГАОУВО  
«Санкт-Петербургский  
государственный  
электротехнический  
университет «ЛЭТИ»  
им. В.И. Ульянова  
(Ленина)»  
Рамантова Ольга Вячеславовна

Санкт-Петербург  
2022

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ГЛАВА I: Жанровые характеристики текстов интернет-постов</b> .....	9
1.1 Жанры интернет-дискурса.....	9
1.1.1 Жанр персонального сайта и личного блога.....	13
1.1.2 Жанр интернет-комментария и поста.....	16
1.2 Жанровые особенности социальной рекламы и политических рекламных текстов.....	18
<b>ВЫВОДЫ</b> .....	21
<b>ГЛАВА II: Риторика в интернет-текстах</b> .....	23
2.1 Отличие цифровой риторики и неориторики от общей риторики....	23
2.2 Стратегия повышения осведомленности («raising awareness»).....	28
2.3 Нарратив и сторителлинг как приемы неориторики и цифровой риторики.....	32
<b>ВЫВОДЫ</b> .....	37
<b>ГЛАВА III: Языковая репрезентация ментального дискомфорта и манифестация стратегий убеждения и повышения осведомленности в текстах интернет-постов</b> .....	40
3.1 Причинно-следственные отношения.....	40
3.2 Семантико-прагматические особенности речевых актов.....	58
3.3 Лингвориторический анализ интернет-текстов.....	80
<b>ВЫВОДЫ</b> .....	103
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	107
<b>БИБЛИОГРАФИЯ</b> .....	110

## ВВЕДЕНИЕ

В диссертации анализируются интернет-тексты, объединенные тематикой ментального дискомфорта. Ментальный дискомфорт – это неприятное внутреннее состояние или ощущение, являющиеся результатом беспокойства, неудовлетворенности, самокритики или неуверенности в себе [34, с. 42]. В исследуемых интернет-текстах данное состояние манифестируется авторами и подкрепляется хэштегами: #mentalhealth #mentalhealthawareness #mentalhealthissues #depression #anxiety #anxietyawareness #mentalhealthmatters #mentalhealthawarenessweek #eatingdisorderawareness #breakstigma #postyourpill. В широком смысле тематика ментального дискомфорта соотносится с проблемами ментального здоровья. На сайте ВОЗ ментальное здоровье определяется как состояние благополучия, в котором человек реализует себя, свои способности, может противостоять жизненным стрессам и трудностям, продуктивно работать и вносить позитивный вклад в общество [102].

Тема ментального дискомфорта сегодня – одна из наиболее популярных тем в социальных сетях, в рамках которой реализуются стратегии предположительно формирующегося жанра интернет-дискурса – жанра повышения уровня общественной осведомленности по актуальной теме или проблеме («raising awareness»). «Повышать осведомленность» (англ. «to raise awareness») означает информировать и просвещать людей по теме или вопросу с намерением повлиять на их отношение или мнение, руководствуясь определенной целью [97, с. 12-13].

В нашем исследовании мы предполагаем, что в ряде интернет-текстов, использующих стратегию повышения осведомленности («raising awareness»), обнаруживаются общие жанровые черты, то есть относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний [16, с. 159]. В некоторых случаях можно заметить жанровые аналогии между рассматриваемыми нами видами текстов (посты в социальных сетях о

ментальном дискомфорте) и традиционным жанром социальной рекламы, а также текстами политического и агитационного характера. Тем не менее, даже не подвергая данный материал глубокому анализу, можно обратить внимание, что рассматриваемые нами типы интернет-текстов отличаются субъективным характером, а именно, организация повествования о проблеме в них устроена по аналогии с автобиографическим нарративом – последовательным рассказом автора о событиях своей жизни [26, с. 98]. Таким образом, данные тексты характеризуются сильным индивидуально-личностным компонентом, авторы, как правило, ссылаются на свой собственный опыт столкновения с рассматриваемой проблемой. Автобиографические нарративы с историями, затрагивающими темы ментального дискомфорта, носят острый характер, привлекают всеобщее внимание. Данная проблематика широко освещена в Интернете и способствует созданию драматического эффекта в нарративе.

Характерной особенностью текстов в социальных сетях является их креолизованный характер – наличие двух негомогенных частей: вербальной – языковой и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам) [66, с. 180–181]. В качестве материала исследования мы выбрали креолизованные англоязычные тексты о ментальном дискомфорте, размещенные в социальных сетях. Данный вид публикаций носит синхронный и вовлекающий характер, поэтому можно предположить, что контент легче воспринимается и запоминается аудиторией. В свою очередь адресантам легче оказывать воздействие на адресатов. Все это делает данные материалы соответствующими для нашего исследования.

Настоящее исследование представляется **актуальным**: оно соответствует современной антропоориентированной парадигме, затрагивает прагмалингвистическую, жанроведческую и риторическую области исследований, его проблематика лежит на стыке смежных наук.

**Теоретическую основу** диссертации представляют исследования в области жанроведения (Бахтин М. М., Горошко Е. И., Дементьев В. В., Золина

Г. Д., Карасик В. И., Митягина В. А., Сидорова И. Г., Угро А. В., Щипицина Л. Ю., Щурина Ю. В.), теории интернет-дискурса (Агапова С. Г., Полоян А. В., Ануфриева Н.А., Карасик В. И., Митягина В. А., Сидорова И. Г.), риторики (Авеличев А. К., Артемова Т. В., Архарова Л. В., Баева Т. Т., Зарецкая Е. Н., Иссерс О. С., Кашей Н. А., Климова Г. Л., Федосеева Е. В., Рождественский Ю. В., Тюпа В. И., Шмаков А. А., Дуглас Э., Бойл К., Браун-мл. Дж. Дж., Серасо Ст., Сэйерс Р.), нарратологии (Скляр Н. В., Турушева Ю. Б., Ушникова Э. А., Шмид В.).

**Объект исследования** – англоязычные посты в социальных сетях

**Предмет исследования** – языковая репрезентация ментального дискомфорта и манифестация стратегий убеждения и повышения осведомленности в исследуемых текстах: причинно-следственные отношения, смысловые единицы дискурса, структурные особенности, речевые акты, средства языковой выразительности, лексика с выделенной семантикой, риторические стратегии и тактики.

**Цель исследования** – определить лингвистические особенности интернет-дискурса, объединенного тематикой ментального дискомфорта.

В ходе работы предполагается решение следующих **задач**:

1. Провести обзор теоретической литературы, по следующим темам: жанры интернет-дискурса, автобиографический нарратив, сторителлинг, стратегия повышения осведомленности, цифровая риторика, неориторика, агитационные и политические тексты, социальная реклама;
2. Отобрать интернет-тексты на тему ментального дискомфорта, содержащие в себе достаточное количество рассматриваемых характеристик и особенностей.
3. Рассмотреть примеры манифестации стратегий убеждения и повышения осведомленности и языковой репрезентации ментального дискомфорта в исследуемых интернет-текстах.

4. Провести лингвистическое исследование интернет-дискурса, объединенного тематикой ментального дискомфорта.

В качестве **материала исследования** используются англоязычные посты в социальных сетях, включающие текстовый и визуальный контент, посвященный теме ментального дискомфорта (опубликованные в период с апреля 2019 до февраля 2022 года). Выбор постов обусловлен тематикой материалов и проводился методом заданной выборки. По результатам анализа материала были выделены 58 примеров.

В работе предлагается использовать следующие **методы исследования**: сравнительно-сопоставительный метод, коммуникативно-семантический метод, когнитивно-дискурсивный метод, семантико-синтаксический анализ, прагмалингвистический анализ и лингвориторический анализ.

**Научная новизна** работы обусловлена рассмотрением интернет-текстов, использующих стратегию повышения осведомленности («raising awareness») с точки зрения их жанровых характеристик, а также систематизации принципов цифровой риторики и неориторики в исследовании интернет-текстов.

**Теоретическая значимость**: исследование вносит определенный вклад в область изучения жанровых характеристик интернет-текстов, использующих стратегию повышения осведомленности («raising awareness») в лингвистике и жанроведении, а также в область изучения лингвистических особенностей интернет-дискурса о ментальном дискомфорте.

К **практической значимости** работы можно отнести возможность использования материалов по лингвистическим особенностям интернет-дискурса, объединенного тематикой ментального дискомфорта, в ходе занятий по теории интернет-дискурса, а также применения материалов по интернет-текстам жанра повышения уровня общественной осведомленности по актуальной теме или проблеме» («raising awareness») для проведения ряда

теоретических и практических курсов по жанроведению, литературе текста, цифровой риторике и неориторике.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Цель адресанта, заключающаяся в речевом, эмоциональном и информационном воздействии на массовый адресат, достигается авторами за счет использования в интернет-текстах о ментальном дискомфорте прагматических типов предложений: репрезентативов, директивов, экспрессивов, коммисивов и квестивов.
2. В интернет-текстах о ментальном дискомфорте адресантами используются синтаксические и лексические повторы для осуществления информационного, эмоционального и речевого воздействия на массовый адресат.
3. Тема ментального дискомфорта в постах передается причинно-следственными отношениями между событием или ситуацией и эмоционально-психологическим состоянием автора.
4. Тема ментального дискомфорта выражается в языке с помощью ориентационных, структурных и онтологических метафор.
5. Тема ментального дискомфорта представлена тематической лексикой, следующей направленности: навязчивые мысли, психологическая травма, психические расстройства, отрицательные чувства и эмоции, медицинская помощь и здоровье, расстройство пищевого поведения, стигматизация лиц с психическими и личностными расстройствами, медикаментозная терапия и страх лекарственной зависимости, созависимые и абьюзивные отношения.
6. Речевое поведение адресантов в социальных сетях характеризуется эмоциональностью, субъективностью, экспрессивностью, аргументированностью, перформативностью, манипулятивностью и стремлением к диалогичности.

7. Интернет-жанр повышения уровня общественной осведомленности по актуальной теме или проблеме («raising awareness») соединил в себе жанровые особенности социальной и политической рекламы, личного блога и автобиографического нарратива.

**Объем и структура работы.** Диссертация состоит из введения, двух глав теоретической части, исследовательской главы с выводами и заключения, в котором сформулированы основные выводы и результаты проведенного исследования. Библиографический список насчитывает 85 работ на русском и 15 английском языках, список источников справочного характера и страниц сайта, на которых размещен материал исследования.



## ГЛАВА I: Жанровые характеристики текстов интернет-постов

### 1.1 Жанры интернет-дискурса

Классификации интернет-жанров исследуются в рамках теории виртуального жанроведения. Задача этого направления состоит в описании и структурировании существующего многообразия интернет-жанров [19, с. 105]. Отечественные и зарубежные исследователи [Горошко; Капанадзе; Лутовинова; Карасик; Седов; Щипицина; Crowston; Crystal] предлагают разные классификации интернет-жанров, используя различные подходы при их составлении. Многообразие классификаций и типологий интернет-жанров актуализирует процесс рассмотрения их достоинств и недостатков и создает необходимость придерживаться удобной и актуальной системы при исследовании интернет-жанров.

В рамках интернет-коммуникации существует понятие речевого жанра. В широком смысле речевой жанр рассматривается как переходный жанр между языком и речью [25, с. 92]. Жанры определяются и как форма коммуникации [16, с. 192], и как речевая форма [25, с. 92]. Мы рассматриваем некоторые существующие классификации интернет-жанров – речевых жанров интернет-коммуникации. Под речевым жанром нами понимается «совокупность речевых произведений (текстов или высказываний), речевых актов, объединенных целевыми установками высказывания» [101, с. 256].

Компоненты комплексной модели интернет-жанра компьютерно-опосредованной коммуникации Л. Ю. Щипициной могут быть использованы при идентификации интернет-жанра. Автор выделяет следующие жанрообразующие параметры: медийные – оформление жанра, мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность, синхронность, число и эксплицированность участников коммуникации; прагматические – параметры, определяющие жанровую ситуацию (коммуникативная цель, тип автора и адресата, хронотоп); структурно-семантические, диктующие

описание контента конкретного жанра и в каких структурных элементах оно отражено; и языковые параметры – определенные языковые средства, используемые при создании текстов различных жанров [83, с. 27-63]. Данная модель имеет подробные и разносторонние характеристики, что делает ее удобной для идентификации интернет-жанра.

Некоторые зарубежные исследователи [Skehave, Nielsen] рассматривают концепцию жанра как комплекс текстов или высказываний, несущих в себе коммуникативную интенцию, имеющих социальную и коммуникативную цель. Авторы данной концепции предлагают трехуровневую жанровую модель, где коммуникативная цель реализуется с помощью структуры функционирования (англ. *move structure*) – внутренняя структура, с помощью которой функционирует конкретный текстовый жанр. Подразумевается, что текст при этом состоит из ряда функциональных единиц, которые вместе осуществляют коммуникативную цель жанра. Структура функционирования в свою очередь реализуется с помощью риторических стратегий (вербальных и визуальных) [99, с. 122].

При классифицировании интернет-жанров ряд авторов [Седов; Лутовинова; Горошко, Жигалина] придерживаются иерархической теории – классификация виртуальных жанров создается на основе иерархических признаков рассматриваемых единиц интернет-дискурса [19, с. 110.]. Е. И. Горошко и Е. А. Жигалина выделяют жанры и гипержанры – комплекс, в котором объединены несколько жанров [19]. К жанрам по данной теории относятся электронное письмо, форум, чат, виртуальная конференция, пост, комментарий, а к гипержанрам – сайт, блог, социальная сеть, электронная библиотека. Пост и комментарий выделяются как возможные интернет-субжанры [73, с. 169]. Коммуникативный аспект в представленных интернет-жанрах может существенно отличаться. Пример – процесс общения в рамках виртуальной конференции, чата или блога. В каждом случае коммуникация будет носить разный характер и иметь разную степень формальности [19, с.

115]. Рассмотренная классификация носит общий характер. Конкретизируя, можно заключить, что иерархия в данной классификации может быть выстроена как в рамках Интернета в целом, как гипержанра, так и в рамках отдельных платформ [21, с. 125].

Представляет интерес идея динамической типологии жанров на основе технологического фактора (классификация веб 1.0 – веб 2.0 – веб 3.0). В ней предусмотрено появление новых единиц под влиянием развития интернет-среды, что подразумевает ее дополнение и обновление. К жанру веб 1.0 относятся тексты, созданные профессионалами, содержание которых не подлежит изменению, например, тексты в формате pdf. Влияние технологических изменений здесь носит минимальный характер. Контент жанра веб 2.0 может быть создан или откомментирован широким кругом пользователей. Для этого жанра характерна свобода выражения мысли. Примером могут послужить социальные сети и блоги. Интернет-технологии здесь играют важную роль, тексты отличаются интерактивностью, вовлеченностью, часто носят креолизованный характер. В создании текстов жанра веб 3.0 могут участвовать и рядовые пользователи, и профессионалы. В коммуникативный процесс здесь могут быть внедрены технологии искусственного интеллекта [21, с. 124-125].

Классификация интернет-жанров, основанная на контенте текстов, размещенных в социальных сетях, носит более суженный характер. В основе данной классификации жанровых групп сетевого дискурса, лежит идея интенциональности, ведущей к общению в социальных сетях. В ней выделяет:

1. демонстративы – автопрезентации, фотографии с подписью;
2. репортативы – сообщения о важных новостях, обычно в виде перепоста (информация соответствует жанрам медийного дискурса);
3. социативы – заметки и рассуждения об интересных для участников вещах, данная жанровая группа позволяет объединиться друзьям и единомышленникам;
4. креативы – художественное творчество в виде текстов, картин, инсталляций и

мультимедийных проектов, сопровождаемое комментариями; 5. агитативы – побуждающие сообщения, продвигающие товар или образ жизни; 6. инструктивы – рекомендации для решения конкретной проблемы; 7. прескриптивы – назидательные послания морального характера; 8. аттрактивы – развлекательно-шутливые послания, например, демотиваторы [35, с. 50-55].

В вышеупомянутой контентной классификации интернет-жанров в социальных сетях выделяется влияние системообразующих признаков сетевого дискурса: возможность пользователей социальных сетей установить между собой дружеские отношения, общаться в сети на основе общих интересов, креолизованный характер сообщений, возможность получения мгновенного отклика на размещенную информацию, сокращение дистанции между коммуникантами. Границы между жанрами в социальных сетях часто стираются, создавая смешанный вид жанра [35, с. 50-55]. Интенции рассматриваемых нами интернет-текстов не ограничивается коммуникативной составляющей, поэтому особенности данной классификации могут быть учтены нами частично.

Жанровые характеристики социальных сетей обеспечивают вовлеченность пользователей в коммуникацию. Часто выделяются следующие жанровые особенности дискурса социальных сетей: креолизованный характер текстов, хэштеги и интерактивность [84, с. 159]. Один из основных жанров здесь – пост, который состоит из фото- или видеоматериала, сопровождаемого подписью и хэштегом. Дискурс социальных сетей формируется как гипертекст – «особая форма организации письменного текста, опосредованная компьютерной средой и характеризующаяся процессом нелинейного письма и чтения» [85, с. 157].

Свойственная социальным сетям интерактивность помогает адресантам эффективно общаться с аудиторией. Публикуя сообщение, автор адресует его целевой аудитории, своим подписчикам. Опубликованный контент получает моментальный отклик – «лайки» и / или комментарии [85, с. 157].

Интерактивность – залог успеха в диалоге с аудиторией, а также способ отслеживания вовлеченности и заинтересованности потенциальных и реальных подписчиков. Для повышения уровня интерактивности сообщений используются следующие приемы: 1. Репрезентация информации в форме жизненной истории (сторителлинг). 2. Интерактив – рассказ об авторе, содержащий задание, которое выполняют подписчики [85, с. 158].

Жанровой особенностью интернет-постов является то, что подписчики имеют возможность влиять на коммуникацию в «ленте»: создавать новые сообщения и определять их тему [85, с. 160]. Таким образом подписчики могут являться одновременно и адресатами, и адресантами.

К жанрообразующим параметрам социальных сетей относится и «образ автора», отражающий используемые адресатом языковые средства, стилистические приемы, стратегии и тактики ведения коммуникации [22, с. 307].

Также при описании жанровых характеристик социальных сетей выделяется концепция адресата. По количественному критерию можно выделить массовый, групповой и индивидуальный адресат. Адресанты, как правило, обращаются к широкой аудитории, чтобы осуществить воздействие. Сообщения адресата – это комментарии к поднятой адресантом теме или цепочка сообщений между несколькими адресатами по определенной теме [22, с. 308].

### 1.1.1 Жанр персонального сайта и личного блога

Личные страницы пользователей в социальных сетях с набором размещенных в них тематически организованных материалов часто называют блогами, а их авторов – блоггерами. Жанры личного блога и персонального сайта относятся к персональному типу интернет-дискурса,

характеризующегося личностно-ориентированной коммуникацией, а также выраженной индивидуальной позицией и самопрезентацией автора.

Жанры персонального интернет-дискурса предлагается классифицировать по коммуникативному признаку. По данной классификации к персональному интернет-дискурсу относятся следующие коммуникативные интернет-жанры: персональный сайт, личный блог, социальная сеть и комментарий. Под персональностью здесь подразумевается проявление личности человека, его позиции, мнения, интересов и взглядов [63, с. 51-52].

Персональный сайт – жанр персонального интернет-дискурса, коммуникативно-прагматическая задача которого есть презентация публичной личности в Интернете. Информационные компоненты персонального сайта – главная страница, разделы сайта, контакты, демонстрируют социальную роль публичного лица. Структура персонального сайта основана на гипертекстовом принципе – разные тематические блоки, страницы соединены между собой гиперссылками. Обязательное условие – наличие у сайта стартовой или главной страницы с системой навигации, объединяющей все страницы сайта между собой [63, с. 57].

Личный блог – жанр персонального интернет-дискурса, где автор – блоггер выражает свою личную позицию в отношении важных вопросов и проблем. Жанр личный блог представлен общедоступными для чтения и комментирования материалами, размещенными в хронологическом порядке. Информационное наполнение интернет-блогов имеет очень широкое поле — от актуальных новостей со всего мира и высказывания личных мнений до рекомендаций разного характера [63, с. 58].

Некоторые авторы [Митягина, Сидорова; Горошко, Полякова] выделяют следующие дополнительные к перечисленным особенности личного блога: 1. трансляция образа языковой личности – демонстрация себя и своей позиции в

отношении острых социальных проблем; 2. отсутствие обязательного понятия статусности – блогером может быть как публичное лицо, знаменитость, так и обычный интернет-пользователь; 3. наличие авторской концепции: каждый пост – это выражение точки зрения блогера в отношении какой-то проблемы, при этом публикации в целом характеризуются логичностью, целостностью и последовательностью [49, с. 105–115].

Блогосфера, как совокупность всех блогов в Интернете, уникальна по своей составляющей. Здесь представлены различные площадки для общения, информационные, обучающие и рекламные ресурсы, личные и тематические страницы. Существует множество жанров блогов, а также их классификаций, основанных на различных типологических критериях.

По типу автора блоги делятся на: 1. личные – ведутся одним лицом; 2. призрачные – ведутся анонимно или от имени другого человека; 3. коллективные – ведутся группой лиц; 4. корпоративные – ведутся сотрудниками организаций. По контентной составляющей блоги разделяют на: 1. контентные – размещается первичный авторский контент; 2. мониторинговые – основное содержание здесь – откомандированные ссылки на сторонние сайты; 3. цитатные – в основе содержания цитаты со ссылками на другие блоги; 4. тамблелоги – блоги с записями только одного формата (например, только фотоматериалы); 5. спам-блоги – блог, созданный для продвижения чего-либо. По цели создания блоги бывают: 1. тематические – блог посвящён одной теме; 2. общетематические – блогер может освещать несколько тем. По типу мультимедиа: 1. текстовые блоги; 2. видеоблоги (влоги) [11, с. 81-82].

Также выделяются: 1. Фотоблоги – блоги с постоянно размещаемыми фотографиями с текстом, названием, датой и временем снимка. Фотоблоги имеют свою жанровую классификацию (например, абстрактные фото, город и архитектура, еда, животные). 2. Артблоги – блоги, где размещены фотографии

картин, выполненных блогером, или произведения других авторов. 3. Подкасты – картинки со звуком или звуковые файлы, нажав на которые можно прослушать информацию. 4. Аудиоблоги – блоги, где размещены аудиоматериалы [11, с. 82-83].

Блоги классифицируются и по темам, при этом разные темы могут быть представлены в одном блоге одновременно. Примеры тематических блогов: бьюти блог, тревел блог, гейм блог, новостной блог, спортивный блог, блог об искусстве, блоги о быте, блоги об образовании, блоги для автомобилистов, блоги о технике, аналитический блог [11, с. 83-84].

По типу информационного материала предлагается классифицировать блоги на: 1. блоги, записи которых носят личный характер (блоггер описывает, что произошло с ним в течение дня, дает оценку чему-либо); 2. экспертные блоги (автором выступает эксперт в заданной области); 3. блоги, авторы которых специализируются на отборе и классификации размещенных в СМИ материалов [5].

Обзор некоторых из существующих классификаций блогов показывает, насколько вопрос типологизации зависит от целей исследования. Блогосфера настолько обширна, что представляется возможным одновременное существование множества классификаций интернет-блогов.

### 1.1.2 Жанр интернет-комментария и поста

Жанры интернет-комментария и поста – одни из основных речевых жанров интернет-коммуникации, представленных в социальных сетях.

Жанр поста отличается сравнительной краткостью содержания и гипертекстовой структурой. Жанр поста имеет множество субжанров: пост-заметка, пост-интервью, пост-статья, пост-обзор, пост-прогноз, пост-рекомендация, пост-житейская история и др. Например, пост-житейская история — публикация (обычно в виде нарратива), которая носит



документальный характер. Это описание жизни людей, их поступков, различных ситуаций, произошедших с ними [80, с. 945].

Пост обычно представляет собой фото, сопровождаемое подписью и хэштегом. Пост также может сопровождаться комментариями, а комментарии, в свою очередь, ответными сообщениями (комментариями). Число комментариев почти не ограничено, их количество считается основным показателем «успешности» автора и его поста. Существуют разные способы увеличить количество комментариев, используемые авторами постов: проведение опросов, конкурсов, просьба высказать свое мнение в комментариях, использование техники открытого вопроса, завершающий пост, предполагающий ответы в комментариях [85, с. 158].

Интернет-комментарий по своим жанровым характеристикам приближен к разговорному жанру и чату. Комментарии обычно спонтанны и довольно лаконичны. Им свойственна эмоциональность и экспрессивность. Можно выделить особенности речевой интенции в комментариях: первоначальное сообщение автора может быть предпосылкой для дальнейших комментариев, а комментарии в свою очередь могут вызвать и дальнейшие реакции участников непосредственно на них [3, с. 55]. К жанру комментария относится термин тред (англ. thread – нить), определяемый как письменный разговор группы участников, образующийся в процессе коммуникации в блоге или публикации сообщений (постов) [43]. Тред-сообщения отражаются как связанная последовательность (ветви), если они имеют общую тему или идентификатор ветви [3, с. 55].

Интернет-комментарий – это коммуникативный жанр персонального интернет-дискурса, которому свойственно удовлетворять потребность в общении пользователей, практически не предъявляя к ним каких-либо обязательств, а также содействовать выражению языковой личности [50, с. 192]. Жанр интернет-комментария передает образ частно-публичной языковой

личности, в этом его отличие от жанра личного блога, который определен коммуникативными действиями публично-частной языковой личности. Данное отличие основано на типе личности в интернет-пространстве – личный блог предполагает проявление личного отношения к каким-либо событиям, проблемам, а жанр интернет-комментария предполагает получение отклика или ответа в отношении коммуникативных действий другой языковой личности [49, с. 111-112].

Итак, жанры поста и интернет-комментария имеют зависимые друг от друга характеристики. Пост – это первоначальный материал, авторский контент, а комментарий обычно является ответом на пост, его продолжением или ответной реакцией на предыдущий комментарий. Комментарий может оставлять как сам автор, так и другие пользователи.

## 1.2 Жанровые особенности социальной рекламы и политических рекламных текстов

Для жанра рекламы в целом характерна убедительность, лаконичность и простота – использование простых предложений, слов и словосочетаний [29, с. 41-42]. Реклама в интернете интерактивна, что выражается в способности информационно-коммуникационной системы активно реагировать на действия пользователей: при продвижении в социальных сетях и блогах происходит быстрое распространение вирусной информации среди целевой аудитории [45, с. 36].

Материалы жанра социальной рекламы призваны влиять на формирование ценностных суждений общества. Главная задача социальной рекламы привлечь внимание аудитории к социально-значимым событиям и явлениям, обычно отрицательного характера, чтобы изменить эти негативные паттерны. Тексты социальной рекламы имеют сильную эмоциональную визуальную составляющую, им свойственна иносказательность, метафоричность, прагматическая направленность. Жанру социальной

рекламы присуще использование языковых средств, вызывающим к чувствам и транслирующим ценности общества [29, с. 41]. Дискурс социальной рекламы характеризует оказание воздействия на аудиторию, при этом у адресата создается впечатление о независимости и самостоятельности в принятии решений. На самом же деле сообщение воспринимается адресатом так, как это нужно адресанту [60].

Контент социальной рекламы имеет следующие особенности: 1. в нем задействованы приемы для создания эффективного воздействия на аудиторию, сообщение актуально и соприкасается с интересами целевой аудитории; 2. удивительность: данный параметр помогает привлечь внимание адресатов; 3. наличие конфликта при помощи которого создается эффект драматизма [29, с. 41-42]. Для оказания воздействия в социальной рекламе могут использоваться следующие средства языковой выразительности: экспрессивная лексика, глаголы действия, экспрессивы и директивы [29, с. 42-43]. Также в социальной рекламе четко прослеживается концептуальная оппозиция «хорошо – плохо», что подспудно помогает аудитории сделать правильный выбор.

Жанру социальной рекламы свойственны креолизованные тексты, представленные в виде изображения и текстового сообщения. Социальные сети часто используются для размещения информации социального характера. Система хэштегов и технологические особенности социальных сетей позволяют рекламной кампании, затрагивающей острые актуальные темы, набирать огромные обороты [17, с. 106].

Политическая реклама и политические тексты также имеют отличительные особенности. Термин «политическая реклама» относится к форме политической коммуникации, где осуществляется адресное воздействие на электоральные группы в краткой, оригинальной, простой и запоминающейся форме. Цель политической рекламы – побудить людей участвовать в политических процессах [45, с. 32]. Политические тексты

отличаются своей манипулятивной направленностью, экспрессивностью, ограниченностью, выражающуюся в политических установках, а также лексическими, грамматическими и стилистическими особенностями и речевыми приемами. Данные тексты часто имеют пропагандистский характер и несут в себе задачу побудить аудиторию к политическим действиям. В текстах используются такие приемы воздействия и манипуляции, как сравнения с какими-то событиями в прошлом, цитирование компетентного лица, подмена понятий, обращение к эмоциям, истории, иллюзия логического вывода, используется экспрессивная речь, языковые средства выразительности, декларативные высказывания, риторические фигуры. Главная задача политического текста – сформировать определенное отношение и мотивацию у аудитории. Политический текст – это одновременно событийный и PR-текст, задача которого попасть в фокус общественного внимания, сбалансировать положительные и отрицательные высказывания об объекте [30, с. 51].

Яркий пример политического текста – агитационный предвыборный текст. В данном типе текста политического дискурса определенным образом организованы языковые и внеязыковые средства, призванные оказать воздействие на эмоции, разум, подсознание избирателя и подтолкнуть его к определенным действиям. Предвыборный агитационный текст – это разновидность политического текста, главной функцией которого является манипулятивное воздействие на адресата с целью побуждения его к действию. Для достижения агитационного эффекта используются речевые стратегии и тактики. Стратегия выбирается в зависимости от поставленной цели. Тактика – это способ реализации стратегии. Например, стратегию дискредитации можно реализовать с помощью тактики предсказания отрицательных последствий, к которым может привести избрание какого-либо кандидата. Для реализации тактики применяются приемы (коммуникативные ходы). Например, тактика оскорбления может проявиться в распространении слухов,

в навешивании ярлыков. Для речевых тактик и ходов часто характерна двойственность – оппозиция «свой – чужой» условна и зависит от выбора кандидата и его конкурента [67, с. 135-141].

## ВЫВОДЫ

1. Обзор специальной литературы показал, что в рамках теории виртуального жанроведения существует множество классификаций интернет-жанров, основанных на разных, методически мотивированных подходах при классифицировании. Создание общей единой классификации речевых жанров интернет-коммуникации не представляется возможным, поскольку использование той или иной классификации зависит от целей исследования.
2. Наиболее мотивированными представляются классификации интернет-жанров на основе иерархического подхода и контентного анализа социальных сетей. Иерархический подход подразумевает деление жанровой системы на категории гипержанр – жанр – субжанр, где между компонентами поддерживаются иерархические отношения. Контентная классификация социальных сетей в качестве типологической единицы рассматривает различие в содержании текстов в социальных сетях, ведущих к дальнейшей коммуникации, свойственной речевым интернет-жанрам.
3. Анализ работ, посвященный описанию жанровых характеристик социальных сетей, показывает, что социальным сетям свойственны: интерактивность, гипертекстовая структура, креолизованный характер текстов, интенциональная направленность коммуникации с возможностью смены ее траектории адресатами посредством комментариев.
4. Личный блог – коммуникативный жанр персонального интернет-дискурса, которому свойствен авторский контент и ярко выраженная авторская позиция, современная интернет-трансформация жанра личного

дневника с добавлением таких отличительных черт, как публичность и открытость. Блогам свойственна двусторонняя коммуникация, выражающаяся в обратной связи от читателей. Тематика блогов затрагивает важные социальные проблемы или актуальные тенденции. Блогерами могут выступать люди разного социального статуса.

5. В отличие от личного блога жанр персонального сайта более ограничен по своей контентной составляющей, что обосновано использованием независимой площадки, презентацией самой персоны, как главного объекта публикаций и субъективным характером материалов. Персональный сайт – это формат самопрезентации личности, имеющей высокий социальный статус, или, обладающей некими уникальными талантами или способностями.
6. Интернет-жанры поста и комментария взаимозависимы и имеют пересечения в коммуникативном аспекте. Жанр поста отличает авторский контент и креолизованный характер. Для комментария характерны экспрессивность и спонтанность. Комментарии могут оставлять как авторы, так и читатели постов.
7. На основе ряда факторов можно выделить, что в социальной и политической рекламе активно используются манипулятивные технологии, часто невидимые адресату, риторические стратегии и тактики, средства языковой выразительности, тексты часто носят креолизованный характер и имеют прагматическую направленность. Социальная реклама и политические рекламные тексты несут в себе интенцию эмоционального и речевого воздействия на целевую аудиторию.

## ГЛАВА II: Риторика в интернет-текстах

### 2.1 Отличие цифровой риторики и неориторики от общей риторики

Наметившаяся тенденция к диверсификации научного метода и уточнению терминологии не обошла стороной и риторические исследования. Так, у «риторики» появляются новые характерные эпитеты – электронная, цифровая, современная, новая. В связи с этим возникает потребность сопоставить эти понятия с общей риторикой, выяснив существует ли между ними концептуальная разница.

Риторика в ее классическом понимании – это наука об убедительной и эффективной речи, искусство речевого воздействия и красноречия [14, с. 71-72]. К современному пониманию риторики можно отнести сведение ее к теории и практике речевой коммуникации [28], к искусству речи в классическом смысле, ораторской устной практике [57, с. 56]. Более разнообразно рассматривает риторику А. К. Авеличев: «риторика – наука о способах убеждения, разнообразных формах преимущественно языкового воздействия на аудиторию, оказываемого с учетом особенностей последней и в целях получения желаемого эффекта» [2, с. 5]. Н. А. Кащей определяет риторику в ее современном смысле, как «теорию построения речи, воздействующей на адресата таким образом, что он совершает ментальные и реальные акты, соответствующие интенции адресата, и основывается на общей предпосылке: язык есть не только средство осознания действительности, но и средство ее изменения» [36, с. 3]. Из представленных определений видно, что в рамках классической риторической теории понятие речевых жанров не дифференцируется, то есть не выделяются жанровые особенности различных текстов, как объектов риторики.

На отличия цифровой риторики от риторики в ее классическом понимании указывают ряд авторов, придерживающихся различных концепций. Для сравнения общей и цифровой риторики рассмотрим основные

принципы концепции цифровой риторики, выдвигаемые отечественными и зарубежными учеными. Как отмечают К. Бойл, Дж. Дж. Браун мл. и Ст. Серасо основы концепции цифровой риторики берут свое начало в работах Р. Барта, М. Бахтина, К. Берка и М. Фуко [88, с. 253]. Сам термин «цифровая риторика» предположительно был введен Р. Лэнхэмом в его работе «Цифровая риторика и цифровое искусство» (англ. «Digital Rhetoric and the Digital Arts») [94]. Исследовательница К. Уэлч первой использовала классическую риторику в качестве основы теории цифровой риторики. В работе К. Уэлч цифровая риторика рассматривается как теория, объединившая три направления – классическую софистическую риторику, языковую компетенцию в рамках риторической науки и академическое письмо [100]. Концепция Уэлч основана на понимании цифровой риторики, как мультисенсорного феномена, включающего зрительную и слуховую информацию [88, с. 253].

Для нас представляет интерес научный труд Д. Эймана, где он рассматривает цифровую риторику, как междисциплинарный феномен, исследуя ее теоретические и методологические и практические основы. Вслед за Д. Эйманом мы понимаем «цифровую риторику» (англ. digital rhetoric), как общую риторическую теорию, применимую к цифровым текстам и выступлениям [91, с. 18]. При этом под текстом понимается производное процесса коммуникации, соответствующее семи критериям текстуальности: когезия (структурная связность текста), когерентность (содержательная связность текста), интенциональность, допустимость (приемлемость), информативность, ситуативность и интертекстуальность, объединяющее в себе лингвистические, риторические, социальные и культурные аспекты, функционирующее в интернет-дискурсе [91, с. 21-22]. В отличие от классической риторики в цифровой риторике объектом исследования являются электронные тексты (материалы), вместо устных речей и письменного текста. В содержании электронных текстов на передний план выдвигаются ситуативность и интертекстуальность, а вовлеченность в



современный контекст более выделяется, чем в текстах других жанров. Еще одно отличие заключается непосредственно в разнице между стандартной и электронной моделями коммуникации и их сопутствующими особенностями [91, с. 18-19]. В цифровой риторике в качестве вспомогательных техник убеждения и донесения информации используются образы и наглядные символы. Использование изображений и эмодзи позволяет соединить абстрактные и реальные мысли при информировании аудитории. Объектом цифровой риторики часто выступает креолизованный текст – письменный текст, сопровождающийся изображением, аудио- или видеоматериалом, обеспечивающими более интенсивное воздействие на адресата, чем просто текст [37, с. 126].

Концепции категорий и понятий античной риторики в цифровой риторике модернизировались благодаря современным технологиям. Риторический канон, включающий в себя инвенцию, композицию, элокуцию, меморию (запоминание) и акцию (воспроизведение), подвержен изменениям, вызванным электронной коммуникацией. «Воспроизведение» в интернет-среде осуществляется практически мгновенно, аудитория и расстояние не имеют значения. «Запоминание» используется в основном для небольших объемов информации, ключевых слов и поисковых запросов. Нет необходимости запоминать текст целиком, достаточно найти его в Интернете [81].

Можно заметить, что некоторые авторы говорят о цифровой риторике общими терминами, иногда создается впечатление, что эпитет «цифровая» используется как аналог для определений современная или прогрессивная. Фактических объяснения методов воздействия цифровой риторики, применимых к блогерской деятельности и их отличий от методов воздействия без учета интерактивной составляющей практически невозможно обнаружить в существующей литературе по интересующей теме. Однако мы можем обратиться к достижениям такого направления риторической науки, как неориторика.

Неориторика – междисциплинарная наука, занимающаяся изучением дискурсивных техник и приемов убеждения социального адресата [76, с. 288], положения которой во многом основаны на лингвистике текста. В неориторике фокус смещается на эффективность воздействия и убедительность речи и текста [47, с. 237], за основу берется теория практического дискурса, ориентированная на нахождение бесконфликтного консенсуса во взглядах участниками коммуникации [70, с. 82], и теория аргументации [76, с. 288]. Причем целью аргументации в неориторике выступает объединение логических, лингвистических и риторических аспектов в исследовании аргументативного текста, где автора пытаются привести понятные и доступные для аудитории аргументы для обеспечения эффекта риторического воздействия [53, с. 4].

К важнейшему принципу неориторики относится иллокутивный компонент речи. Говорящий формирует цель речи на этапе инвенции (формирование замысла речи). Процесс речевого воздействия можно представить следующими действиями: внушение; склонение адресата к мнению адресанта, убеждение, доказательство. Сочетание всех четырех типов воздействия делает речь убедительной и доказательной. Перлокутивный эффект речи заключается в изменении акционального состояния аудитории, как ответа на призывающее к действию сообщение. Эмоциональный эффект речевого воздействия может провоцировать у адресата пребывания вне времени, внезапное осознание каких-либо вещей. Наиболее эмоциональным является дискурс, в котором проявляется личность адресанта [15, с. 166-167].

Важное понятие в структуре неориторики – риторические модификации – тропы, фигуры речи, техники, призванные помочь адресанту достигнуть «более близкого контакта» с адресатами. В рамках неориторики рассматриваются риторические и нарративные трансформации. Неориторическая модификация предполагает не только изучение тропов и риторических фигур, которые рассматривает традиционная риторика, но и

использование риторических приёмов как средств убеждения социального адресата, влияния на него. Употребление стилистических приёмов, использование автобиографического нарратива позволяет модифицировать структуру текста, придавая ей большую убедительность. К нарративным трансформациям можно отнести, например, использование автобиографического нарратива в медийном дискурсе, как нового способа преподнести информацию в новостях, придавая ей большую убедительность [76, с. 288-289].

Понятие дискурса в неориторике основывается на идее о том, что в основе любой человеческой деятельности лежат коммуникативные компетенции, усваиваемые человеком вместе с языком [6, с. 11]. В. И. Тюпа, разрабатывающий неориторическую концепцию дискурса выделил три дискурсивные компетенции (референтную, креативную и рецептивную), соответствующие трем сторонам коммуникативного события, которые связаны с действительностью, языком и сознанием [72, с. 19-24]. Нарратив является устоявшейся дискурсивной практикой текстопорождения и текстовосприятия в неориторике [6, с. 12]. Нарратив – дискурсивная практика представления мира в виде повествования, в основе которого лежит история, отражающая определенную точку зрения автора [7, с. 40]. В нарративе история (реализация референтной компетенции) неразделима с точкой зрения автора (реализация креативной компетенции), которая определяет взгляд адресата на заданную историю (реализация рецептивной компетенции). Дискурсивные практики находятся во взаимодействии друг с другом: нарративное письмо включает в свой состав анарративные фрагменты (описания, рассуждения), подчиняя их нарративным задачам [6, с. 12].

Итак, если классическая риторика придерживается мнения, что автор строит свою речь исключительно на основе субъективных факторов, то неориторика учитывает, что построение речи автора может быть опосредовано дискурсом, жанровыми или другими особенностями платформы на который

он реализует свою блогерскую деятельность, а также контекстом, который выстраивается вокруг определенных актуальных тем. Данный подход представляется более удачным не только потому, что он развивается в рамках современных лингвистических учений, а также потому что сами тексты электронных ресурсов являются интерактивными и представляют вместе с комментариями к ним определенный микродискурс. Соответственно возможно предположить, что автор может корректировать свои риторические установки симультанно коммуникации.

## 2.2 Стратегия повышения осведомленности («raising awareness»)

Полагаясь на тот факт, что в речевых жанрах интернет-дискурса переплетаются особенности письменной и устной речи, а также им свойственна диалогическая направленность, можно прийти к выводу, что риторическую стратегию повышения осведомленности («raising awareness») правомочным было бы считать частью коммуникативной стратегии.

Исходя из того, что коммуникация состоится, если адресат займет определенную позицию, навязанную ему коммуникативной стратегией, ряд авторов [Болотнова; Иванчук; Иссерс; Лазуткина; Михальская; Сквородников] говорят о том, что коммуникативная стратегия осуществляется адресантом и является его интенцией [33, с. 104-105]. Коммуникативная стратегия – набор речевых действий или ходов, призванных решить коммуникативную задачу адресата. Данная стратегия реализуется как языковыми, так и невербальными средствами [13, с. 11-12].

По своей сути стратегия, как риторический аспект, помогает сохранить последовательность и планомерность высказываний. Для коммуникативной стратегии фундаментальным является понятие адресата. В рамках коммуникативной стратегии адресат – коммуникативная позиция с определенными характеристиками [13, с. 13].

Основополагающими типами коммуникативной стратегии являются стратегия информирования и стратегия воздействия (манипулятивная стратегия). Данные стратегии прежде всего ориентированы на реципиента и характеризуются ярко выраженным лингвопрагматическим характером [1, с. 66]. Стратегия информирования часто встречается в рекламе, ее использование обосновано необходимостью повышать осведомленность адресата, например, о преимуществах товара. В качестве тактики стратегии информирования может быть использована тактика аргументации [44]. Использование аргументов в коммуникации с адресатом – яркий пример неориторического аспекта рассматриваемого дискурса.

Как отмечает Р. Сэйерс в своем исследовании «Принципы повышения уровня общественной осведомленности для улучшения информационной грамотности» (англ. Principles of Awareness Raising for Information Literacy): «повышать осведомленность в отношении чего-то» (англ. «to raise awareness of something») означает способствовать популяризации и достоверности информации, знакомить людей с темой или вопросом с намерением повлиять на их отношение, поведение и убеждения для достижения определенной цели. Как правило, под повышением уровня общественной осведомленности понимается процесс, результатом которого являются позитивные изменения в поведении общества или отношении общества к какому-либо вопросу [97, с. 10-11].

Для проведения успешной кампании по повышению уровня осведомленности по теме или проблеме необходимо правильно, своевременно и точно донести сообщение до аудитории. Соблюдение этих принципов позволит предупредить развитие негативных сценариев [97, с. 28]. В Австралии, например, информирование населения о раке кожи направлено на предотвращение возникновения заболевания, а не на лечение, вызванное чрезмерным пребыванием на солнце [103].

Риторическая коммуникативная стратегия повышения осведомленности («raising awareness») выполняет функцию эмоционального и информационного воздействия на адресата [48, с. 6]. Использование фактологической информации как тактики стратегии повышения осведомленности («raising awareness») усиливает эффект убедительности и информированность адресата. Наиболее эффективными обычно являются сообщения, отличающиеся краткостью, простотой, гибкостью. Существует прямая зависимость между уровнем достоверности информации, доверия к адресанту и влиянием, которое оказывается на сообщество. Чем выше уровень доверия к адресанту, тем больше степень влияния на адресата [97, с. 29-30]. Уровень лояльности и доверия аудитории по отношению к блогеру будет напрямую влиять на успех кампании по повышению осведомленности и результат оказанного воздействия. Создание доверительной среды между аудиторией и адресантом имеет важное значение для достижения убедительности сообщения [41, с. 23]. Принцип простоты и гибкости подразумевает, что одно и то же сообщение можно использовать снова и снова в различных коммуникативных стратегиях и подходах. Слоганы, например, представляют собой короткие фразы, используемые в политике и рекламе для неоднократного выражения одной и той же идеи. Слоганы могут использоваться в плакатах, брошюрах, газетных объявлениях, социальных сетях и радиорекламе [97, с. 29].

Социальные сети – эффективный инструмент, используемый для повышения уровня общественной осведомленности. По данным исследований, посвященным эффективности информирования аудитории в социальных сетях, репосты и «лайки» повышают внимание аудитории к проблеме и уровень общественной осведомленности по рассматриваемому вопросу, заявленная в сообщении тема приобретает актуальность [4, с. 4].

В социальных сетях часто можно встретить посты с обсуждением тем, посвященных физическому и ментальному здоровью [52, с. 58]. Такие

обсуждения обычно принимают три основные формы. Первая форма — это усилия отдельных пользователей, которые размещают в своих аккаунтах автобиографические нарративы. Например, жительница Австралии – Дейзи Лонг, у которой был диагностирован синдром хронической усталости – заболевание, которое часто недооценивается обществом, использовала посты в социальных сетях для повышения уровня общественной осведомленности о своей болезни. Вторая форма — это кампании с хэштегами, которые распространяются пользователями социальных сетей. Кампания #MyFavouriteMeds была запущена ведущей подкаста Дж. Готч. В ходе кампании людям, имеющим проблемы с ментальным здоровьем, предлагалось поделиться фотографиями своих лекарств. Дж. Готч считала, что чувство стыда из-за приема лекарств мешает лечению, ее целью было остановить социальную стигматизацию и начать публично и открыто обсуждать проблемы ментального здоровья. Третья форма — это кампании, проводимые самими социальными сетями. В мае 2017 года была запущена кампания #HereForYou, чтобы увеличить количество обсуждений вопросов, касающихся ментального здоровья во время «Месяца осведомленности о проблемах ментального здоровья». Пользователей попросили поделиться своими фотографиями, имеющими отношение к теме. Цель кампании состояла в том, чтобы «познакомить вас с миллионами людей во всем мире», у которых есть такое же заболевание, создать чувство общности и систему онлайн-поддержки. Голливудские знаменитости, принявшие участие в кампании, публично заявившие о своих проблемах с ментальным здоровьем, помогли кампании достигнуть огромных масштабов [95, с. 162-163].

Стратегия повышения осведомленности (англ. «raising awareness») – риторическая стратегия, призванная оказать информационное и эмоциональное воздействие на аудиторию. Стратегия повышения осведомленности или стратегия информирования, как коммуникативная стратегия, часто используется для оказания эффективного воздействия в

текстах актуальной социальной тематики, размещенных в социальных сетях. В качестве приемов и тактик данной стратегии мы выделили нарративные формы повествования, аргументацию, создание доверительной среды между аудиторией и адресантом, использование слоганов и хэштегов.

### 2.3 Нарратив и сторителлинг как приемы цифровой риторики и неориторики

Сегодня в интернет-среде заметна тенденция передачи информации от адресанта к адресату посредством нарративных форм [75, с. 61]. Письменные интернет-тексты в социальных сетях часто построены по принципу повествования и имеют свойства нарратива. Неориторика, на методы которой мы опираемся в данной работе, предлагает рассматривать нарративные трансформации, как средства убеждения и влияния на аудиторию.

В работах некоторых исследователей [Женетт; Фёдоров; Schiffrin] понятие нарратива сближается с понятием дискурса, где нарратив определяется, как его форма. Нарративность предполагает выстраивание текста по определенному принципу – принципу рассказа, и является неориторической стратегией. Среди особенностей нарратива выделяется хронологичность событий, представленных в нем, и подчеркивается использование автором прошедших времен, как механизма осмысления прошлого опыта [Андреева 1996; Андреева 2009; Лабов; Магнес]. Художественная и грамматическая категории времени, как категории нарратива, способствуют более глубокому осмыслению временной связи событий адресатами и определяют характер языковых средств, используемых автором [74]. В нарративе всегда присутствует морально-оценочная направленность. Автор подспудно или открыто дает оценку происходящему с точки зрения морали. Нарратив — это повествование о человеческих ценностях, о том, что является важным и правильным для автора. Понять нарратив – понять отношение автора к жизни, его видение мира [71, с. 26]. Темпоральность в нарративе предполагает выстраивание фактов, связанных



причинно-следственными отношениями. Линейная причинность – преобладающее свойство нарративной структуры [54, с. 21].

К основной характеристике нарратива относится субъективность: в нарративе представлена версия событий согласно субъективной точке зрения автора [32, с. 230]. Пользователи социальных сетей самостоятельно решают, что им публиковать и как преподнести информацию, что позволяет сформировать идеальный или иной необходимый автору образ себя. Так создается особенный виртуальный мир, имеющий свои правила и ценности [68, с. 93]. Данная особенность позволяет максимально реализовать категорию субъективности в нарративе, размещенном в социальных сетях.

Нарратив имеет замысел или цель, формирующие текст. Историки и биографы, как нарраторы, углубляются в мотивы, лежащие в основе событий, описывают жизни других людей, в то время как автонарраторы рассказывают о своем личном опыте. В нарративе всегда есть действие, которое описывается автором и переживается читателем. Наличие конфликта в нарративе мотивирует и структурирует действие [96].

Повествование в нарративе может вестись от первого или третьего лица. В повествовании от первого лица один из участников рассказывает о произошедшем, в повествовании от третьего лица рассказчик остается полностью вне повествования. Автобиографические нарративы пишутся от первого лица, в биографиях используется третье лицо, а художественные произведения могут быть написаны и от первого, и от третьего лица. В автобиографическом нарративе автор и главный персонаж, как правило, представляют одно лицо [96].

Автобиографический нарратив в целом понимается, как устное или письменное последовательное повествование человека о событиях своей жизни [26, с. 98], «модельная» конструкция цепочки высказываний, реконструирующих жизненный мир человека и его смысл [24, с. 80].

Автобиографический нарратив описывает жизненный путь личности или отрезок этого пути, как некое осмысленное целое в форме завершенной истории. Рассказываемый в каждый определенный момент жизни автобиографический нарратив становится «текстовой идентификацией жизни» [61, с. 67].

В автобиографических нарративах часто представлены коммуникативная и событийная стратегии воздействия. Коммуникативная стратегия отражает сложную коммуникативную структуру нарратива, состоящую из коммуникации между автором и читателем. Событийная стратегия заключается в репрезентации событий, как основы повествования [65, с. 63-64]. Говоря о концепции автонарратора, выделяется его склонность к стилизации своего прошлого «я». Данная стилизация обнаруживается не в приукрашивании прошлого поведения автора, а в отождествлении его с негативным опытом [82, с. 53].

При рассмотрении концепции автобиографического нарратива, функционирующего в интернет-среде, рядом авторов [Анохина; Щурина; Anderson; Langellier] предлагается близкое по значению понятие «сторителлинг». Под сторителлингом понимается коммуникативная технология, позволяющая с помощью нарратива сделать информацию интересной и запоминающейся для аудитории [77, с. 64], а также определенный метод последовательного рассказывания, отличающийся эффектом вовлеченности, сиюминутности и причастности к событию у адресата [12, с. 146]. Сторителлинг – форма повествования, часто используемая в Интернете, где большинство сюжетов основаны на реальных событиях. Автор, использующий сторителлинг, репрезентирует информацию в форме истории из жизни, интересной подписчикам, что позволяет ему улучшить взаимодействие с ними [85, с. 158].

Сторителлинг с точки зрения неориторики – одна из устойчивых стратегий воздействия на реципиента, предположительно, это связано с тем,

что при подаче новой проблемы сторителлинг доказывает свою наибольшую эффективность. Посредством сторителлинга аудиторию легче убедить в том, что эти проблемы требуют особого внимания [51, с. 107].

Сторителлинг («рассказывание историй») пришел к нам из глубокой древности. Рассказчик передавал сообщение, информацию и знания в занимательной форме, используя литературные приемы и невербальный язык. Задолго до того, как люди стали записывать свои истории, существовали сказки, легенды и рассказы, как средства передачи знаний от одного поколения к другому [86].

В рамках нарратологической теории В. Шмида существует понятие «сказ», которое мы относим к прародителю «сторителлинга». В. Шмид выделяет два вида жанра сказа – характерный сказ (узкое понятие) и орнаментальный сказ (широкое понятие) [82].

Характерный сказ – «сказ, мотивированный образом нарратора, чья точка зрения управляет всем повествованием». Данному виду сказа характерны следующие признаки: нарраториальность, ограниченность умственного горизонта нарратора, двуголосость, устность, спонтанность, разговорность, диалогичность. Роль автора, персонажа и нарратора в сказе дифференцируются, их представляют разные люди [82, с. 106-107].

Орнаментальный сказ — это «гибридное явление, основывающееся на парадоксальном совмещении исключаящих друг друга принципов характерности и поэтичности». Здесь присутствуют категории устности, разговорности, и в некоторой степени субъективность рассказчика. При этом нарратор в орнаментальном сказе представляет собой некий многоликий или безличный феномен. Орнаментальный сказ – явление на границе повествовательного текста. Если характерный сказ мотивирован идеологической и языковой точкой зрения определенного говорящего, то орнаментальному сказу присуща расплывчатость перспективы,

немотивированность и поэтическая самоцельность с установкой на слово и речь [82, с. 108]. Сторителлинг – модернизированный в современных реалиях жанр «сказа», который приобрел новые характеристики, сохранив часть своих исторических особенностей.

Для сторителлинга характерно обращение к прошлому опыту и его оценка, переход от прошедшего времени к повествовательному настоящему, диалоги, использование экспрессивных выражений. Сторителлинг отличается от других форм нарративов тем, что он представляет собой особый вид коммуникативных отношений между аудиторией и рассказчиком, а не просто распространение информации или резюмирование прошлого опыта. Сторителлинг опирается на социальные и моральные ценности и устои общества [93].

Сторителлинг представляет собой драматургический формат, что делает его эффективным средством в борьбе с «замалчиваемыми» проблемами, для поиска решений социальных проблем [51, с. 107]. Истории из жизни, используемые для привлечения внимания, помогли создать атмосферу открытости, предоставляя возможность обсуждения проблем в контексте повседневного опыта [89, с. 211]. Особенно значимы и привлекают внимание истории о необычном или нетипичном опыте адресанта, который в сознании аудитории обычно маркировался негативно. Адресант, воспринимаемый через социальную стигму, формировал в понимании адресатов особый тип отношений между поднимаемым вопросом и стереотипом [92, с. 200].

Сторителлинг – формат повествования в форме истории, воспроизведенной от первого лица, цель которой – оказание влияния на аудиторию [51, с. 109]. По мнению Д. Армстронга, которого считают создателем концепции «сторителлинг» в ее современном понимании, сторителлинг выстраивается по схеме «эмоции – вывод – действие», определяющей последовательную эмотивно-ориентированную модель

поведения аудитории [87]. В сторителлинге именно эмоции служат главным инструментом воздействия, они противопоставлены рациональному восприятию получаемой адресатами информации. Эмоции провоцируют адресатов на осуществление тех или иных действий [51, с. 109]. Основная задача сторителлинга – вызвать симпатию или чувство сопереживания к рассказчику. У адресатов создается эмоциональная вовлеченность посредством прочтения истории. Когда рассказчик или блогер делятся своей историей, они показывают свою уязвимость, делятся своими сокровенными идеями и чувствами. Такая открытость и интимность способствует тому, что адресаты вовлекаются в коммуникативный процесс. Истории с резонансной информацией наиболее интересны аудитории. Также примечательны повествования, в которых адресат может поставить себя на место автора. Посредством сторителлинга адресаты быстрее включаются в процесс коммуникации, больше вовлечены и подвержены воздействию [86].

Исходя из изученных теоретических источников по интересующей нас теме в сторителлинге, как разновидности автобиографического нарратива, присутствует более насыщенный эмотивный и коммуникативный компоненты. Также термин «сторителлинг», как неориторическая стратегия, чаще используется при определении и идентификации нарративов в социальных сетях.

## **ВЫВОДЫ**

1. Проведенный анализ научных исследований, выполненных в русле цифровой риторики и неориторики показал, что концепция неориторики является более удачной для целей нашего исследования. Рассматривая концепцию цифровой риторики, мы определили, что цифровая риторика – риторическая теория, применимая к цифровым текстам и выступлениям. В качестве особенностей содержания текстов, как объектов цифровой риторики, можно выделить их акцент на ситуативности и интертекстуальности. Изображения и эмодзи

используются в цифровой риторике как дополнительные инструменты убеждения. В концепции цифровой риторики нами не было обнаружено достаточной информации для объяснения эффективных методов воздействия на аудиторию, поэтому мы обратились к достижениям такого направления, как неориторика.

2. Отличие неориторики от классической риторики заключается в принципиальном подходе к понятию риторической стратегии и к представлению о роли автора и контекста. Неориторика – риторическая теория, занимающаяся изучением дискурсивных техник и приемов убеждения социального адресата с фокусом на эффективности воздействия и убедительности речи и текста. В основе убедительности по данной теории лежит теория аргументации. Для достижения необходимого эффекта убедительности используются неориторические модификации: риторические и нарративные трансформации, позволяющие адресанту «сблизиться» с адресатом. Автобиографический нарратив в неориторической практике относится к наиболее эмоциональному типу дискурса, с помощью которого создается эффективное речевое и информационное воздействие на аудиторию.
3. Риторическая коммуникативная стратегия повышения осведомленности («raising awareness») или стратегия информирования активно используется в интернет-дискурсе. Данная стратегия призвана оказать заданное адресантом информационное и эмоциональное воздействие на аудиторию, а также произвести позитивные изменения в действиях и поведении общества. Стратегия повышения осведомленности («raising awareness») часто используется авторами, чтобы привлечь внимание аудитории к актуальной сегодня теме – проблемам ментального здоровья, и остановить социальную стигматизацию лиц с ментальными заболеваниями и расстройствами. Данная стратегия используется для оказания эффективного воздействия, в качестве ее приемов и тактик мы выделили нарративные формы, аргументацию, создание доверительной

среды между аудиторией и адресантом, использование слоганов и хэштегов.

4. Неориторика рассматривает нарративность, как стратегию, имеющую следующие особенности – хронологичность, темпоральность, морально-оценочную направленность, причинно-следственные отношения, субъективность.
5. Мы рассмотрели и сравнили понятия автобиографического нарратива и сторителлинга – истории, изложенные от первого лица, описывающее события из жизни автора. Понятие «сторителлинг» часто используется применительно к автобиографическому нарративу, размещенному в социальных сетях. Отличительной характеристикой сторителлинга считается акцент на эмотивном и коммуникативном компонентах повествования. Сторителлинг – одна из устойчивых неориторических стратегий воздействия, предполагается, что при знакомстве аудитории с новой проблемой данная форма повествования показывает наибольшую эффективность за счет эффекта сильного эмоционального воздействия. В сторителлинге именно эмоции служат главным инструментом воздействия, они противопоставлены рациональному восприятию получаемой адресатами информации. Эмоции провоцируют адресатов на осуществление тех или иных действий. Посредством сторителлинга адресанту легче убедить адресата в том, что заявленные проблемы требуют особого внимания.

### **ГЛАВА III: Языковая репрезентация ментального дискомфорта и манифестация стратегий убеждения и повышения осведомленности в текстах интернет-постов**

Цель нашей работы определить лингвистические особенности интернет-дискурса, объединенного тематикой ментального дискомфорта. В связи с поставленной целью необходимо выявить лексико-синтаксические и риторические особенности анализируемых интернет-текстов о ментальном дискомфорте.

Для анализа нами были выбраны 58 креолизованных интернет-текстов, в которых авторы говорят о проблемах психологического или психоэмоционального характера, с которыми, по их утверждению, они столкнулись. Посты отбирались в соответствии с наличием у них одного или нескольких из следующих хэштегов: #mentalhealth #mentalhealthawareness #mentalhealthissues #depression #anxiety #anxietyawareness #mentalhealthmatters #mentalhealthawarenessweek #eatingdisorderawareness #breakstigma #postyourpill

В нашем исследовании мы пытаемся понять механизмы воздействия на адресата, используя разные методы и наработки разных исследователей в этой области, чтобы более подробно и комплексно проанализировать материал,

#### **3.1 Причинно-следственные отношения**

Вербальная часть рассматриваемых нами креолизованных интернет-текстов представляет собой автобиографический нарратив – рассказ автонарратора о событии или о пережитом опыте, часто привязанном ко времени. Как главный элемент драматизма авторами текстов выделяется триггерный момент или ситуация, некий момент потрясения. В связи с этим логично предположить, что в текстах реализованы некие причинно-следственные отношения.



Мы предполагаем, что формирующийся риторический жанр повышения уровня общественной осведомленности по актуальной теме или проблеме («raising awareness») несет в себе интенцию авторов привлечь внимание аудитории к важным социальным проблемам и косвенным образом к собственной персоне. Для выявления целей и мотивов, которые преследуют адресанты, мы обращаемся к дискурсивному анализу причинной ситуации. Вслед за отечественными исследователями [Баклагова, Кожокина] мы выделили критерии для анализа причинного-следственных отношений и смысловые координаты для дискурсивного анализа.

Формирующийся жанр повышения уровня общественной осведомленности по актуальной теме или проблеме («raising awareness») мы также относим к дискурсивному поскольку: 1. это речевой интернет-жанр, в котором присутствуют особенности устной и письменной речи; 2. письменный авторский текст здесь соединяется с комментариями подписчиков.

Причинно-следственные отношения охватывают мыслительную и языковую деятельность: в жизни человека происходят события, воспринимающиеся и осмысляющиеся, как взаимосвязанные. Результатом осмысления таких событий является высказывание адресанта, содержащее причинно-следственный языковой маркер. Причинно-следственные отношения актуализируются в высказывании, называющем причинную ситуацию. Причинная ситуация включает: 1) причину; 2) следствие, 3) причинное отношение, связывающее причину и следствие; 4) субъекта, устанавливающего причинное отношение и описывающего причинную ситуацию [40, с. 8].

Ряд авторов [Аганесов, Корф, Пугачева, Рагозина] предлагает выделить две семантические сферы причины: предметную причину и логическую причину или (обоснование) [79]. Выявить предметную причину помогает наблюдение за объективными событиями и выделение их причинно-следственных составляющих. Предметная причина фактивна и объективна.

Это может быть явление, обстоятельство, событие, порождающее или обуславливающее другое явление. В рамках предметной причины выделяется мотив, передающий связь между действиями человека и тем, что побудило его к их свершению. В качестве побудителей могут выступить события, представления, идеи, чувства [56]. В основе логической причины лежит связь между представлением о событии и умозаключением. Логическая причина нефактивна и субъективна, может быть опосредована и отдалена во времени от следствия. Логическое обоснование передает связь между идеализированными объектами, являющимися результатами мыслительной деятельности [79].

Критериями для нашего анализа стали высказывания, в которых есть причинно-следственные отношения. В качестве языковых маркеров, помогающих обнаружить эти отношения, выступают синтаксические конструкции, союзы, детерминативы, глаголы, наречия, причастия, предлоги с причинно-следственной семантикой. Также для анализа были выделены дискурсивные единицы – смысловые координаты в английском дискурсе социальных сетей: WHO (кто), WHOM (кому), WHAT about (о чем), WHAT (said) (что говорит), WHY (WHAT for) (почему, для чего), WHY (зачем), WHERE/WHERE to- from (где, откуда), WHEN/HOW long (когда, как долго), WHAT kind of/ WHICH (какой), HOW much (сколько), WHAT to do (что делать), HOW (каким образом) [39].

Рассмотрим несколько примеров причинно-следственных отношений в исследуемых интернет-текстах:

1. Принятие автором себя и своего прошлого повлекло размещение поста с фотографией, сделанной ей в тяжелый жизненный момент: *This photo was taken the moment I asked for help. I took it so **that** I couldn't just brush past it and pretend, so **that** I could face this and admit what was going on.* / Эта фотография была сделана в тот момент, когда я обратилась за помощью. Я сделала ее, чтобы не забыть прошлое и не притворяться,

что ничего не было, чтобы я могла признать и принять то, что происходило. Определить ситуацию, как причинно-следственную помогают союзы, вводящие следствие *so that*.

2. Появление чувства вины, одиночества, уязвимости у автора из-за невысказанности и неспособности быть счастливой во время беременности: *I held those words for so long **because** I felt guilty, alone, more vulnerable than I cared to admit. This **was supposed to be** the happiest time in our lives.* / Я держала это в себе так долго, потому что чувствовал себя виноватой, одинокой, более уязвимой, чем хотела бы признать. Это время должно было быть самым счастливым в нашей жизни. Ситуацию в тексте мы определяем как причинно-следственную, поскольку в тексте присутствует союз *because*, указывающий на причину, а также мы имплицитно видим причину в связи с употреблением автором оборота *be supposed to*, использованным для описания ожидаемого результата, который не был достигнут.
3. Из-за пандемии количество беременных женщин с проблемами ментального здоровья сильно возрастает: *1 in 5 pregnant women experience maternal mental health illness like prenatal or postpartum depression or anxiety. Only 15% of Perinatal Mood & Anxiety Disorders (PMADs) are ever diagnosed. **Under a pandemic**, the numbers are expected to increased rapidly.* / Одна из пяти беременных женщин испытывает такие проблемы с психическим здоровьем, как дородовая или послеродовая депрессия или тревожность. Только 15% перинатальных аффективных и тревожных расстройств диагностируются. Ожидается, что во время пандемии их число будет быстро увеличиваться. Ситуацию мы относим к причинно-следственной, опираясь на причинное значения предлога *under* (*under pandemic*) и следственное значение оборота *to be expected to*.

В целом мы выделили следующие причины, приводящие к состоянию ментального дискомфорта, как следствию: проблемы и переживания во время

беременности и после рождения ребенка, страх лекарственной зависимости, абьюзивные и созависимые отношения, неправильный образ жизни, страх стигмы ментального нездоровья, негативные мысли, чувства и эмоции, развод, проблемы профессионального спорта, переживания о стандартах красоты, неприятие своего тела, фэтшейминг, пандемия COVID-19, навязчивые мысли, тревожность.

В таблице №1 представлен ряд примеров причинных ситуаций, присутствующих в интернет-текстах, посвященных теме ментального дискомфорта. Систематизация причинных ситуаций проводилась на основе тематических признаков.

Таблица №1. Причинные ситуации в интернет-текстах.

Причина, как триггер ментального дискомфорта	Примеры причинных ситуаций из текстов
Проблемы и переживания во время беременности и после рождения ребенка	<p><i>1 in 5 pregnant women experience maternal mental health illness like prenatal or postpartum depression or anxiety. / Одна из пяти беременных женщин испытывает проблемы с ментальным здоровьем, например, дородовую или послеродовую депрессию или тревожность.</i></p> <p><i>Every day, I wondered if I'm actually cut out for this. Because everyone else looked like they have it all figured out. Meanwhile, I was over here, winging it and feeling like a hot mess. / Каждый день я задавалась вопросом, действительно ли я создана для этого. Потому что остальные выглядели так, будто во всем разобрались.</i></p>

	<p><i>А я тем временем импровизировала и чувствовала себя ужасно.</i></p> <p><i>I'm sharing this so that no one who feels this way feels ashamed about it. / Я делюсь этим, чтобы никому, кто чувствует то же, не было стыдно.</i></p>
<p>Страх лекарственной зависимости</p>	<p><i>Sometimes I feel shame around “needing” to be on medication, when addiction is part of my family medical history. / Иногда мне стыдно из-за необходимости принимать медикаменты, ведь зависимость часть моего семейного анамнеза.</i></p>
<p>Абьюзивные и созависимые отношения</p>	<p><i>I got into relationships with that mindset. And when they were toxic or abusive I told myself to try harder. And then codependency, anger, jealousy, and the back-and-forth became part of my daily life. I was spiraling in my desperation to be loved. / С таким мировоззрением я вступала в отношения. Когда они оказывались токсичными или абьюзивными, я говорила себе, что нужно прикладывать больше усилий. А затем созависимость, злость, ревность и эмоциональные качели стали частью моей жизни. Я отчаянно желала, чтобы меня любили.</i></p>

<p>Неправильный образ жизни</p>	<p><i>My best friend told me they loved me but they couldn't be part of my life anymore because of the way that I acted. / Моя лучшая подруга сказала, что они любят меня, но больше не могут быть в моей жизни из-за того, как я себя вела.</i></p> <p><i>I had to love myself enough to focus on and manage my mental health. / Я должна была любить себя достаточно, чтобы уделять внимание себе и контролировать свое душевное состояние.</i></p> <p><i>I had to love myself enough to choose relationships that didn't leave me begging for love and attention. / Я должна была любить себя достаточно, чтобы выбирать отношения, не заставляющие меня молить о любви и внимании.</i></p> <p><i>I had to love myself enough to create my own purpose. / Я должна была любить себя достаточно, чтобы создать свою собственную цель.</i></p>
<p>Страх стигмы ментального нездоровья</p>	<p><i>I didn't really tell anyone that I started the account and I NEVER posted pictures or videos of myself. I was still stuck in the stigma of mental health and worried that people would judge me if they knew MY story and who I was. I thought being anonymous might be better and would prevent people from really getting to know me. / Я никому не говорила, что создала аккаунт, и НИКОГДА не публиковала фотографии или видео с изображением себя. Я увязла в стигме ментального нездоровья и беспокоилась, что люди будут осуждать меня, если</i></p>

	<p>узнают МОЮ историю, и кто я. Я думала, что лучше вести блог анонимно, и не позволить людям, действительно узнать меня.</p> <p><i>I spent the next 6 years suffering silently without telling my mum, sister or friends because I thought I was insane. / Следующие 6 лет я молча переносила страдания, ничего не говорив маме, сестре или друзьям, потому что считала себя сумасшедшей.</i></p>
Негативные мысли, чувства и эмоции	<p><i>I thought I had to choose between caring too much or not caring at all, and over the past year, I chose not caring at all, which left me lost in the type of numbness that traps you in a hole of nothingness. / Я думала, что должна выбирать между сильным переживанием или полным безразличием, и в прошлом году я выбрала полное безразличие, что привело к чувству потерянности и оцепенения, заманивающих в ловушку пустоты.</i></p> <p><i>I am a human being, receiving hate does affect me. And it affects my creativity. / Я человек, ненависть негативно влияет на меня и на мое творчество.</i></p> <p><i>My business is not going well and I'm desperately taking on ALL I can when it comes to work because I can't grant myself success if I'm not burnt out. That leads to taking on commissions, recording and editing YouTube videos, making reels, new apparel designs, Patreon content, admin work, Instagram content... / Мой бизнес идет не очень, и, когда дело касается работы, я отчаянно берусь за ВСЕ, потому что не могу быть самодостаточной,</i></p>

*если не выгораю. Это приводит к получению заказов, записи и редактированию видео на YouTube, созданию роликов, новому дизайну одежды, контенту Patreon, работе администратора, контенту Instagram...*

*Today I was thinking ALL of my negative beliefs at once + being aware of them. It drives me nuts. I don't look forward to my tomorrows lately cause I know I will run myself over yet again. / Сегодня я думала обо ВСЕХ своих негативных воззрениях + осознавала их. Это сводит меня с ума. В последнее время я не жду завтрашнего дня, потому что знаю, что снова буду изводить себя.*

*The entire left side of my body went numb 2 weeks after her death and lasted months. Convinced that every time I saw someone I loved it would possibly be the last. I've gone to countless doctors and received countless tests all saying "YOU'RE OK" and "It's all from stress and once you calm your nervous system down you'll FEEL better". / Через 2 недели после ее смерти вся левая сторона моего тела онемела, это длилось несколько месяцев. Я была убеждена, что каждый раз, когда вижу кого-то, кого люблю, возможно, будет последним. Я посещала бесчисленное количество врачей и получила бесчисленное количество результатов осмотров и анализов, в которых говорилось: «С ВАМИ ВСЕ В ПОРЯДКЕ» и «Все это из-за стресса, как только вы успокоите свою нервную систему, вы ПОЧУВСТВУЕТЕ себя лучше».*



Развод	<p><i>I've been separated from my ex-husband for two years now and spent much of last year involved in litigation and been in and out of virtual court. After running on adrenaline and phenomenally high-stress levels for well over a year, the comedown was bad. I sunk into the darkest low I have ever experienced, which was depression. / Я не живу с бывшим мужем уже два года и провела большую часть прошлого года, участвуя в судебных разбирательствах, в реальном и виртуальном суде. После всплесков адреналина и феноменально высокого уровня стресса на протяжении более года, «похмелье» было тяжелым. Я погрузилась в самое мрачное состояние, которое когда-либо испытывала, — депрессию.</i></p>
Проблемы профессионального спорта	<p><i>Competing at track meets are some of my earliest memories of experiencing physical anxiety symptoms. / Участие в соревнованиях по легкой атлетике — одно из моих самых ранних воспоминаний о физических симптомах тревожности.</i></p> <p><i>I ended up quitting track to focus on volleyball, where running as part of the training took on a whole new level of stress. / В конце концов я бросила легкую атлетику, чтобы сосредоточиться на волейболе, где бег, как часть тренировки, открыл мне совершенно новый уровень стресса.</i></p> <p><i>I literally lost sleep and threw up over the pressure I put on myself to "win"...in practice. / Я буквально перестала спать, и меня рвало из-за давления, которое я сама же</i></p>

	<p>на себя возложила, чтобы «победить» ... на тренировках.</p> <p><i>After my last knee surgery, I wasn't allowed stand on my left leg for 12 weeks. I wasn't anxious anymore; I was depressed. / После моей последней операции на колене мне нельзя было стоять на левой ноге в течение 12 недель. Я больше не испытывала тревоги. Я была в депрессии.</i></p>
<p>Переживания о стандартах красоты, неприятие своего тела</p>	<p><i>That losing weight doesn't solve the inner feelings. / Что потеря веса не избавляет нас от внутренних переживаний.</i></p> <p><i>That being a larger size didn't make me less valuable. / Что лишний вес не делает меня менее ценной.</i></p> <p><i>After my awe-ness wore away, shame found it's footing. I caught myself changing in the hallways or the bathroom. I found myself with thoughts I thought I'd never have again. / После того, как трепет испарился, появился стыд. Я ловила себя на том, что переодеваюсь в коридоре или в ванной. Я поймала себя на мыслях, которые, как мне казалось, больше никогда не возникнут.</i></p> <p><i>I started a social media page that documented my weight loss and fitness transformations, and created a person (me) on the internet that I could manipulate through photoshop and only show my happy moments. The validation, praise, and followers became all consuming. The praise was further validation that destroying my mental health was worth it. / Я создала страницу в социальной сети, где</i></p>

	<p><i>документировала свое похудение и изменения в физической форме, и создала человека (меня) в Интернете, которым могла манипулировать с помощью фотошопа и показывать только счастливые моменты. Одобрение, похвала и подписчики поглотили меня. Похвала была еще одним подтверждением того, что разрушение моего психического здоровья того стоило.</i></p> <p><i>30 million individuals suffer from life threatening eating disorders (just in the US) because the health and fitness industry CREATES unattainable beauty standards so we'll spend money to "fix" what they told us was ugly. / 30 миллионов человек страдают от опасных для жизни расстройств пищевого поведения (только в США), потому что индустрия здоровья и фитнеса СОЗДАЕТ недостижимые стандарты красоты, и мы тратим деньги, чтобы «исправить» то, что они называют уродливым.</i></p> <p><i>For the first 4 years of my relationship with Dylan, I hid my body away from him. This was something I experienced before and after I'd started my health journey. I was so afraid he'd see the "flaws". / Первые 4 года наших отношений с Диланом я прятала от него свое тело. Это было до и после того, как я начала свой путешествие к выздоровлению. Я очень боялась, что он увидит мои «недостатки».</i></p>
Фэтшейминг	<p><i>Two of my "friends" starting cutting me out, and when I asked someone why they told me they said it was because I</i></p>

	<p><i>was too big. Then, a boy I liked said I was “too fat” to date. Then, another, and a few more incidents quite like this, some that I can’t even type out they remain too painful. / Двое моих «друзей» стали отстраняться от меня, и, когда я спросила почему, они сказали, что это потому, что я слишком толстая. Затем мальчик, который мне нравился, сказал, что я «слишком толстая», чтобы встречаться со мной. Затем еще один и еще несколько подобных инцидентов, некоторые из которых я даже не могу упомянуть, они остаются слишком болезненными.</i></p>
<p>Навязчивые мысли</p>	<p><i>Intrusive thoughts can be really uncomfortable and anxiety-inducing. For me, it really felt like they stopped my whole world. / Навязчивые мысли могут вызывать чувство неудобства и беспокойство. Мне казалось, что они остановили весь мой мир.</i></p> <p><i>Do you struggle with thoughts taking over your mind and triggering your anxiety causing you to worry and stress? Suffering from anxiety tends to make us overthink and create worse case scenarios that we keep reliving in our minds over and over that most likely will never happen. / Боретесь ли вы с мыслями, которые овладевают вашим разумом и вызывают тревогу, провоцирующую беспокойство и стресс? Тревожность, как правило, заставляет нас накручивать себя и создавать худшие сценарии, которые мы продолжаем переживать в своем уме снова и снова, которые, скорее всего, никогда не реализуются.</i></p>

<p>Пандемия COVID-19</p>	<p><i>Dear Covid,</i></p> <p><i>You have funneled my anxiety to be stronger and more vicious than I have ever known. All the isolation, fear, uncertainty, layoffs, seeing the death toll rising put me in such a negative headspace. / Дорогой Ковид, ты сделал меня тревожной, как никогда. Изоляция, страх, неуверенность, увольнения, растущее число смертей привели меня в такое негативное состояние.</i></p> <p><i>A few months ago I thought, this is it, the pandemic is over. But now I watch as the numbers creep back up and my kids are less than two weeks away from starting school I don't know how to feel or what to prepare for. / Несколько месяцев назад я думала, что пандемия закончилась. Но теперь вижу, как цифры снова увеличиваются, а моим детям осталось меньше двух недель до школы, и я не знаю, что думать и к чему готовиться.</i></p>
<p>Тревожность</p>	<p><i>After two years of not flying, my mind kept telling me that I was incapable of getting on planes and would not be able to travel anymore. These thoughts were viciously eating away at me, and I had to get myself on a plane. Life without travel for me, is no life at all. I live to discover the world and anxiety cannot take this away from me, I will overcome this. / После двух лет без полетов мой разум твердил, что я не в состоянии садиться в самолет и больше не смогу путешествовать. Эти мысли злобно разъедали меня, и мне пришлось заставить себя сесть в самолет. Жизнь без путешествий для меня – это не жизнь. Я</i></p>

	<i>живу, чтобы познавать мир, и тревога не может отнять это у меня, я преодолею это.</i>
--	--

В рассмотренных примерах были выделены следующие лексические средства выражения причинно-следственных отношений:

Таблица № 2. Лексические средства выражения причинно-следственных отношений.

Союзы	<i>when, and (=2), because (=5), if, where, so that, but;</i>
Глаголы	<i>to experience (=3), to solve, to induce, to tend, to affect, to lead, to drive, to be afraid, to think, to make;</i>
Предлоги	<i>after (=3), over, from;</i>
Наречия	<i>then (=2), meanwhile;</i>
Детерминативы	<i>which, that (=2);</i>
Модальные глаголы	<i>can, be able to, have to;</i>
Инфинитив с частицей <i>to</i>	<i>to focus, to choose, to create, to be;</i>
Причастия	<i>triggering, causing.</i>

Чаще всего в рассмотренных нами примерах причинно-следственные отношения передавались с помощью союзов и глаголов: в 27% случаев из рассмотренных причинно-следственные отношения передавались с помощью союзов, еще в 27% случаев с помощью глаголов, в 11% с помощью предлогов, в 9% с помощью инфинитивов с частицей *to*, в 7% с помощью наречий, в 7% – детерминативов, в 7% – модальных глаголов и в 5% – причастий.

Рисунок №1. Лексические средства выражения причинно-следственных отношений.



Рассмотрим примеры дискурсивного анализа причинных ситуаций в интернет-текстах о ментальном дискомфорте:

1. Дискурс WHO (кто) представляет автор поста, дискурс WHOM (кому) репрезентирует читателей, которым автор адресует свою речь (массовый адресат). В тексте автор рассказывает, как ранее произносила фразу «*I don't think I'm ok*» в диалоге с мужем, сестрой родителями, друзьями, акушерками, представленную в форме прямой речи. Таким образом, участниками WHO (кто) дискурса является автор, а участниками WHOM (кому) дискурса – ее муж, сестра, родители, друзья, акушерки, а также читатели: *I told my husband. My sister. My parents. My closest friends. My midwives.*

WHAT about (о чем): о проблемах ментального здоровья во время и после беременности: *I felt guilty, alone, more vulnerable than I cared to admit. This was supposed to be the happiest time in our lives. Why wasn't I ok? But here's some statistics... 1 in 5 pregnant women experience maternal mental health illness like prenatal or postpartum depression or anxiety. / Я чувствовала себя*

виноватой, одинокой, более уязвимой, чем хотела бы признать. Это время должно было быть самым счастливым временем в нашей жизни. Почему мне было плохо? Немного статистики... Одна из пяти беременных женщин испытывает такие проблемы с психическим здоровьем, как дородовая или послеродовая депрессия или тревожность. WHAT (said) (что говорит): автор говорит, что не думала, что разместит фото, на котором отчетливо видно ее эмоциональное состояние, но это правильно: *I never expected to be posting it, but I honestly didn't think another posed photo was going to really be honest enough as I was with myself in that moment.* / Я не ожидала, что размещу его, но, по правде говоря, не думаю, что размещение очередной постановочной фотографии будет соответствовать тому, насколько я была честна с самой собой в тот момент.

WHY (WHAT for) (почему, для чего): автор разместила его, так как должна принять свое прошлое: *I took it so that I couldn't just brush past it and pretend, so that I could face this and admit what was going on.* / Я сделала его, чтобы не забыть прошлое и не притворяться, что ничего не было, чтобы я могла признать и принять то, что происходило.

WHERE (где): для размещения текста автор использует свой аккаунт в социальной сети;

WHEN/HOW long (когда, как долго): Фотография была сделана во время ее беременности: *This was 2 months ago, at 4 months pregnant...* / Это было 2 месяца назад, когда я была на четвертом месяце беременности.

HOW much (сколько): в посте представлены статистические данные: *I in 5 pregnant women experience maternal mental health illness like prenatal or postpartum depression or anxiety. Only 15% of Perinatal Mood & Anxiety Disorders (PMADs) are ever diagnosed.* / Одна из пяти беременных женщин испытывает такие проблемы с психическим здоровьем, как дородовая или послеродовая депрессия или тревожность. Только 15%



*перинатальных аффективных и тревожных расстройств диагностируются.*

WHAT to do (что делать) и HOW (как): информировать общество о проблеме, чтобы расширить понятие нормы. Автор призывает разместить свои истории опыта столкновения с проблемой и прочитать истории других пользователей: *Today on #WorldMentalHealthDay I want to share my story and direct you to the stories of others. Head to @motherhoodunderstood to read the next story (and/or share your own). / Сегодня #WorldMentalHealthDay (всемирный день ментального здоровья) и я хочу поделиться своей историей и обратить ваше внимание на истории других людей. Посетите страницу @motherhoodunderstood, чтобы прочитать следующую историю (и/или поделиться своей).*

2. WHO (кто) дискурс – автор поста;

WHOM (кому) – речь адресуется подписчикам;

WHAT (said) (что говорит): автор рассказывает о наличие у нее ряда психических, психосоматических, эндокринных, аутоиммунных заболеваний и расстройств: *I live with depression, anxiety, PTSD, PCOS, ADHD, (recovered) eating disorders (bulimia, binge eating disorder, and orthorexia), and autoimmune diseases. / Я живу с депрессией, тревожностью, посттравматическим стрессовым расстройством, синдромом поликистозных яичников, СДВГ, (излеченными) расстройствами пищевого поведения (булимия, психогенное переедание, нервная орторексия) и аутоиммунными заболеваниями.*

WHAT about (о чем): автор говорит о чувстве стыда из-за необходимости приема медикаментов: *Sometimes I feel shame around “needing” to be on medication; / Иногда мне стыдно из-за того, что я должна принимать таблетки; и о том, что ментальные заболевания – сложные, многослойные проблемы: Mental illnesses and diseases are not a “one issue” problem. They are complex, with many layers involved. / Психические*

заболевания и расстройства не однокомпонентные проблемы. Они сложные и многослойные.

WHY (WHAT for) (почему, для чего): для того, чтобы объяснить, что контролируемый и правильный прием медикаментов помогает сохранить жизни: *I am a firm believer that when it's used properly and monitored, it is life saving; / Я твердо верю, что, когда они используются правильно и под контролем, это спасает жизнь;* и что в приеме медикаментов нет ничего постыдного: *Medication is nothing to be ashamed of. / В приеме медикаментов нет ничего постыдного.*

WHERE: для размещения текста автор использует свой аккаунт в социальной сети.

WHEN/HOW long (когда, как долго): выделяются такие временные координаты как *sometimes* (иногда) и *now* (сейчас).

В ходе дискурсивного анализа причинных ситуаций мы пришли к выводу, что WHO (кто) дискурс представлен авторами постов. WHOM (кому) дискурс представляют читатели и подписчики (массовый адресат). WHAT about (о чем) дискурс представляют проблемы, события и ситуации, приводящие к ментальному дискомфорту. WHY (WHAT for) (почему, для чего) – для привлечения внимания к проблеме, ситуации и/или личности автора. WHERE (где) дискурс представлен аккаунтами (страницами) авторов в социальных сетях; WHEN/HOW long (когда, как долго) дискурс отличает присутствие темпоральных конкретизаторов фиксированного и нефиксированного характера. Дискурсы WHAT to do (что делать) и HOW (как) соотносятся со стратегией повышения осведомленности («raising awareness»), выделенной в рассматриваемых интернет-текстах.

### 3.2 Семантико-прагматические особенности речевых актов

Лингвистический и дискурсивный анализ интернет-текстов с применением методического инструментария теории речевых актов позволяет

нам также понять некоторые механизмы воздействия на адресата в условиях интернет-коммуникации.


Вслед за отечественными исследователями [Красина, Сысоев, Синельникова, Чернышова] мы рассматриваем теорию речевых актов через призму дискурсивного метода, что позволяет определять адресанта и адресата как «смежную пару» [64, с. 191-192]. Данный подход представляется успешным в связи с коммуникативной природой интернет-среды и ее симультанным характером. Тексты социальных сетей носят дискурсивный характер, что приводит нас к рассмотрению отдельных высказываний с точки зрения модифицированной теории речевых актов, где учитываются и интенции говорящего, и реакции адресата. Диалогичная направленность интернет-коммуникации предполагает наличие обратной связи. Любое высказывание, опубликованное в социальных сетях, подразумевает некую ответную реакцию на него. Отсутствие ответной реакции (например, «лайка», «дизлайка», комментария, личного сообщения, ответного поста) говорит о неэффективной коммуникации.


Обратимся к примеру текста – пост с отсроченной обратной связью. Такой вид обратной связи характеризуется возможностью предоставления большого числа аргументов, выражающих согласие или несогласие со сказанным ранее.


*POST YOUR PILL 🍯 Yesterday I received a message saying that because I was a doctor who needs support and treatment for their mental health, that I am not fit to do my job. Here are my thoughts 💬*

*🧠 Everyone has mental health and many of us will experience struggles at some point.*

*🧠 Recognising that you need help and getting the support you need ultimately makes you stronger.*

 *Why should getting treatment for mental health be any different to physical illness? Would you prevent a doctor working after cancer?*

 *Not getting the treatment may mean the problem gets worse and if no one knows about it, you might not be getting the support you need. Getting help results in the opposite.*

 *Having insight into what it's like to have mental illness only improves your ability to empathise with your patients.*

 *What a stupid comment. Swallowing my pill anyway* 

*I could go on and on. But these are some of my thoughts. If you can, please join me and post your pill to END MEDICATION STIGMA. We do this on the first of the month. Every month #PostYourPill [137].*

Перевод: *СДЕЛАЙТЕ ПОСТ О СВОИХ ТАБЛЕТКАХ. Вчера я получил сообщение, в котором говорится, что поскольку я врач, нуждающийся в лечении и поддержании моего ментального здоровья, мне не подходит моя работа. Вот, что я об этом думаю:*

- *Многие из нас испытывают проблемы с ментальным здоровьем в какой-то момент;*
- *Осознание того, что вам нужна помощь и получение поддержки в итоге делает вас сильнее;*
- *Почему получение лечения от проблем ментального здоровья должно отличаться от лечения физических заболеваний? Вы бы не позволили работать врачу после рака?*
- *Отсутствие лечения может означать, что проблема усугубится, и, если вы ни с кем не поделитесь этим, то не получите необходимой поддержки. Получение помощи приведет к обратному.*
- *Представление о сути проблем ментального здоровья только помогает вам быстрее понять своих пациентов.*

*Что за глупость. В любом случае я принимаю свои лекарства.*

*Я мог бы продолжать и продолжать. Это лишь некоторые из моих мыслей.*

*Если можете, пожалуйста, присоединяйтесь и сделайте пост о своих таблетках, чтобы покончить с социальной стигматизацией. Мы размещаем посты каждый первый день месяца. Каждый месяц #PostYourPill*

Речевое поведение автора данного поста характеризуется эмоциональностью, экспрессивностью и аргументированностью, проявляющихся в использовании:

- заглавных букв при написании ключевых фраз: **POST YOUR PILL; END MEDICATION STIGMA;**
- ряда аргументов по поводу неправомерности социальной стигматизации ментального нездоровья в отношении врачей: *1. Everyone has mental health and many of us will experience struggles at some point; 2. Recognising that you need help and getting the support you need ultimately makes you stronger; 3. Why should getting treatment for mental health be any different to physical illness? Would you prevent a doctor working after cancer? 4. Not getting the treatment may mean the problem gets worse and if no one knows about it, you might not be getting the support you need. Getting help results in the opposite; 5. Having insight into what it's like to have mental illness only improves your ability to empathise with your patients.*
- риторических вопросов: *Why should getting treatment for mental health be any different to physical illness? Would you prevent a doctor working after cancer?*
- директивов в форме призыва – *POST YOUR PILL* и просьбы – *if you can, please join me and post your pill...*
- ЭМОТИКОНОВ.

Выделенные характеристики поста помогают автору оказать эмоциональное, информационное и речевое воздействия на адресата,

закрывающиеся в борьбе со стигматизацией лиц с ментальными расстройствами и заболеваниями.

Сильную диалогичную интенцию имеют ритуализированные речевые акты. К ним относится речевой акт благодарности, присутствующий в ряде рассматриваемых интернет-текстов. Анализируя употребление данного речевого акта адресантами, мы обращаемся к понятию перформативности.

Перформативность – «суждение, равное действию в присутствии адресата». Ритуализированные речевые акты перформативны [64, с. 194-195]. Перформативность обеспечивает взаимодействие адресанта и адресата, координацию их речевых действий, реализует адресованность [59]. Речевой акт благодарности в широком смысле можно отнести к коммуникативной тактике.

Рассмотрим фрагмент текста с употреблением речевых актов благодарности:

*«This account has pushed me to be more vulnerable and open with others and I am so thankful for that. Through this process I was able to find that talking about mental health openly and honestly can make so much of a difference. There is no shame in struggling with your mental health.*

*My experience with mental health has been one hell of a journey. It's been really really really hard sometimes. Dear my anxiety has given me an outlet to express my journey and a community who teaches me things every single day.*

*Thanks for being here with me.*

*-Stef» [116].*

Перевод: «Ведение этого аккаунта сделало меня более уязвимой и открытой, и я очень благодарна за это. Так мне удалось выяснить, что открытый и честный разговор о ментальном здоровье может иметь

огромное значение. Нет ничего постыдного в том, что мы испытываем трудности с ментальным здоровьем.

Мой опыт столкновения с проблемами ментального здоровья – адское путешествие. Иногда это было очень очень очень тяжело. Аккаунт «Dear my anxiety» дал мне возможность высказаться и сообщество, которое учит меня чему-то новому каждый божий день.

Спасибо, что вы со мной.

- Стеф»

Речевое поведение автора поста характеризуется:

- использованием повторов: *really really really*;
- использованием эмоциональной и экспрессивной лексики и выражений: *to be more vulnerable and open, no shame in struggling, one hell of a journey, really hard; openly and honestly*;
- использованием усиливающих наречий: *really, so*;
- использованием усиливающих детерминативов: *every, this, much, no*;
- использование однокоренных слов в рядом стоящих предложениях: *open – openly*.

Данные характеристики придают тексту выраженную эмоциональность и экспрессивность – автор нагнетает обстановку, подчеркивая важность своего сообщения.

В рассматриваемом фрагменте представлено два речевых акта благодарности. Иллокутивная цель речевого акта «*I am so thankful for that*» (*Я очень благодарна за это*) заключается в выражении благодарности автора самой себе за отказ от анонимности и открытое выражение своих чувств и мыслей, одобрение своих собственных действий. Перлокутивный эффект данного речевого акта заключается в дальнейшей коммуникации – получении

обратной связи от читателей посредством комментариев, а также вовлеченности читателей.

Иллокутивная цель речевого акта благодарности «*Thanks for being here with me*» (Спасибо, что вы со мной) заключается в выражении чувства признательности адресанта к массовому адресату. В данном примере автор (Стэф) выражает свою признательность подписчикам. Согласно классификации Дж. Серля благодарность относится к экспрессивам, для которых характерна искренность суждений. Выражая благодарность, автор оказывает определенное эмоциональное воздействие на аудиторию. Перформативное употребление восклицания «*thanks*» в высказывании «*Thanks for being here with me*» можно определить, как «благодарю вас, что вы рядом, и прошу вас и дальше оставаться со мной». В рассмотренном примере мы видим совмещение манипуляции автора, заключающейся в получении сочувствия и поддержки как реакции от прочитанного со стороны аудитории, и благодарности, выражаемой автором. Это не обычная ритуализированная благодарность, как знак вежливости, а скрытая манипуляция на чувствах аудитории. Структурная организация речевого акта благодарности диалогична, что подразумевает ответные комментарии и сообщения от подписчиков, как реакции от прочитанного.

В анализируемых интернет-текстах были выделены следующие ритуализированные речевые акты, ведущие к дальнейшей коммуникации посредством сообщений, комментариев и ответных постов: благодарность (=7), извинения (=1), приветствия (=2), пожелания (=9), сожаление (=3).

Опираясь на понятия классической теории речевых актов и классификацией Дж. Серля, мы выделили для анализа предложений прагматического типа следующие иллокутивные акты – репрезентативы, директивы, комиссивы, экспрессивы и декларативы.



Репрезентативы – информативные акты, передающие истинность или ложность суждения, обычно носят повествовательный характер. Директивы побуждают свершить какое-либо действие. Комиссивы несут в себе обязательства на свершение чего-либо. Экспрессивы выражают эмоционально-психологическое состояние. Декларативы устанавливают соответствие между содержанием высказывания и тем, что происходит в действительности [55].

Всего нами было проанализировано 58 текстов. Выявлено, что репрезентативы использовались во всех текстах. Директивы – в 27 текстах; комиссивы – в 23 текстах, экспрессивы – в 43 текстах. Использование декларативов выявлено не было.

Мы заключили, что для авторов наиболее свойственно использовать репрезентативы, экспрессивы, директивы, и комиссивы. В рассматриваемых текстах представлены речевые акты просьбы, утверждения, предсказания, объяснения, описания, констатации, признания, осуждения, совета, запрета, инструкции, призыва, благодарности, сожаления, чувства вины, стыда, радости, одобрения, неодобрения, ответа на вопрос, гарантирования, обещания, приветствия, пожелания.

Рассмотрим тему лекарственной зависимости и борьбы со стигматизацией лиц с ментальными заболеваниями и расстройствами. В текстах данной тематики нами было выявлено использование репрезентативов, представленных в виде речевых актов утверждения (=14), объяснения (=6), признания (=2) и констатации (=3).

Таблица №3. Репрезентативы.

Утверждения	<i>And no matter how much kale I eat, meditating I do, medication is a part of my self-care. / И не важно сколько овощей я ем,</i>
-------------	--

как часто медитирую, медикаменты – часть моего лечения.

*I know there is a lot of fuss about the world being over medicated — I am a firm believer that when it's used properly and monitored, it is life saving. / Я знаю сейчас раздули невероятную шумиху из-за того, что люди принимают слишком много медикаментов – я твердо верю, что, когда их принимают правильно и под контролем, это спасает жизнь.*

*Medication is nothing to be ashamed of. / В приеме медикаментов нет ничего постыдного.*

*Talking about mental health is cool! And more importantly: absolutely NECESSARY. / Говорить о ментальном здоровье – здорово! И, что более важно: абсолютно необходимо.*

*Talking about my mental health on this account has changed my life in many ways. / Разговоры о моем ментальном здоровье в этом аккаунте во многом изменили мою жизнь.*

*When I was a kid, we didn't talk about mental health – when my parents were kids, they DEFINITELY didn't talk about mental health. / Когда я была ребенком мы не говорили о ментальном здоровье, когда мои родители были детьми, они уж точно не говорили о ментальном здоровье.*

*We can change things. / Мы можем все изменить.*

*I believe it's my duty to break that cycle and talk about it, care for it, and normalize getting help for it. / Я считаю своим долгом разорвать этот порочный круг – говорить о нем,*

*интересоваться им, и нормализовать получение помощи при такой необходимости.*

*The most incredible way it has done this is by creating a community and making people feel SAFE enough to talk about their experiences. / Самый потрясающий способ – это создать сообщество и заставить людей чувствовать себя достаточно комфортно для обсуждения их опыта.*

*I know there's still a lot of stigma surrounding mental illness + many people who still don't feel safe or comfortable opening up about it. / Я знаю, что стигма в отношении ментальных заболеваний все еще существует + многим людям все еще не комфортно открыто обсуждать это.*

*Everyone has mental health and many of us will experience struggles at some point. / Многие из нас испытывают проблемы с ментальным здоровьем в какой-то момент.*

*Recognising that you need help and getting the support you need ultimately makes you stronger. / Осознание того, что вам нужна помощь и получение поддержки в итоге делает вас сильнее.*

*Not getting the treatment may mean the problem gets worse and if no one knows about it, you might not be getting the support you need. Getting help results in the opposite. / Отсутствие лечение может означать, что проблема усугубится, и, если вы ни с кем не поделитесь этим, то не получите необходимой поддержки. Получение помощи приведет к обратному.*

	<p><i>Having insight into what it's like to have mental illness only improves your ability to empathise with your patients. / Представление о сути проблем ментального здоровья только помогает вам быстрее понять своих пациентов.</i></p>
Объяснения	<p><i>This pushes me to talk about my own journey more. / Это подтолкнуло меня больше говорить о моем собственном путешествии.</i></p> <p><i>Yesterday I received a message saying that because I was a doctor who needs support and treatment for their mental health, that I am not fit to do my job. / Вчера я получил сообщение, в котором говорится, что поскольку я врач, нуждающийся в лечении и поддержании моего ментального здоровья, мне не подходит моя работа.</i></p> <p><i>I have been thinking quite hard about whether to post this, but I feel it's the right thing to do. So many people live with medication stigma everyday, a fear that they will be judged as being weak or discriminated against, simply for taking a pill to help with their mental health. / Я довольно долго размышлял делать ли этот пост, но думаю это правильно. Так много людей подвержены социальной стигме каждый день – страх, что их осудят за слабость или подвергнут дискриминации просто за то, что они принимают лекарства для поддержания своего ментального здоровья в порядке.</i></p> <p><i>This post is not about saying medication is the 'answer' for everyone, rather to say that for those who need it should have access without barriers or shame. / Этот пост не о том, что медикаменты – решение для всех, а скорее о том, что тем,</i></p>

	<p><i>кто в них нуждается, нужно получать их без препятствий и стыда.</i></p> <p><i>But the fact that mental illness is being spoken about a lot more, does not mean the stigma has gone, I still face it a lot, people not understanding, or thinking I'm weak or a 'snowflake' as a lot of the baby boomer generation seem to think. / Но то, что ментальные заболевания чаще обсуждаются не значит, что стигма ушла, я все еще часто сталкиваюсь с ней – люди не понимают или считают, что я слабая или неженка, как думают многие представители поколения бэби-бумеров.</i></p> <p><i>I've been inspired by @dralexgeorge #PostYourPill movement over the past month or so as see an influencer that works so hard for the greater good is inspiring, especially considering the suicide rates of men in the UK. / Последний месяц или около того меня вдохновляло движение #PostYourPill, созданное инфлюенсером @dralexgeorge. То, что он так усердно работает во имя общего блага, вдохновляет, особенно учитывая уровень самоубийств среди мужчин в Великобритании.</i></p>
Констанции	<p><i>While medication does help your brain chemistry work to manage these complex layers, i remind myself that it can't soothe your soul. / Хотя медикаменты, действительно, помогают происходить химическим процессам в нашем мозге, чтобы справиться с этими сложными проблемами, я напоминаю себе, что они не могут успокоить твою душу.</i></p> <p><i>The other day I did a pole on my stories and 75% of you have faced medication stigma. / На днях я провел опрос в сторис и</i></p>

	<p>выяснил, что 75% из вас сталкивались с социальной стигмой из-за приема лекарственных препаратов.</p> <p><i>I really needed this treatment but for years I didn't access it. / Это лечение было мне действительно необходимо, но годами я его не получал.</i></p>
Признания	<p><i>I take medication, alongside therapy and self care, to help with my anxiety. / Наряду с терапией и лечением я принимаю медикаменты, чтобы справиться с тревожностью.</i></p> <p><i>It took me time to re-train my brain to think differently but with persistence, it worked. / Мне потребовалось время, чтобы научить свой мозг думать иначе, но благодаря моей настойчивости, у меня все получилось.</i></p>

Перлокутивный эффект рассмотренных речевых актов заключается в воздействии на аудиторию с целью повышения осведомленности о проблемах ментального здоровья и борьбой с социальной стигматизацией лиц, столкнувшихся с проблемами ментального здоровья.

В рассмотренных примерах были выявлены следующие особенности:

- В 74% случаев из рассмотренных использовался прямой порядок слов; в 24% – инверсия.
- В 40% из представленных примеров были использованы отрицательные лексические единицы и конструкции: 1. *And **no matter** how much kale I eat, meditating I do, medication is a part of my self-care.* 2. *Medication is **nothing** to be ashamed of.* 3. *When I was a kid, we **didn't talk** about mental health – when my parents were kids, they **DEFINITELY didn't talk** about mental health.* 4. *I know there's still a lot of stigma surrounding mental illness + many people who still **don't feel safe** or comfortable opening up about it.* 5. ***Not getting** the*

*treatment may mean the problem gets worse and if **no one** knows about it, you might **not be getting** the support you need. Getting help results in the opposite. 6. Yesterday I received a message saying that because I was a doctor who needs support and treatment for their mental health, that **I am not** fit to do my job. 7. This post **is not** about saying medication is the ‘answer’ for everyone, rather to say that for those who need it should have access without barriers or shame. 8. But the fact that mental illness is being spoken about a lot more, **does not mean** the stigma has gone, I still face it a lot, people **not understanding**, or thinking I’m weak or a ‘snowflake’ as a lot of the baby boomer generation seem to think. 9. While medication does help your brain chemistry work to manage these complex layers, i remind myself that **it can’t** soothe your soul. 10. I really needed this treatment but for years **I didn’t** access it.*

- Использование языковых единиц, усиливающих эмоциональность письменной речи: *how much; over; more importantly; absolutely necessary; in many ways; definitely; the most incredible; a lot of stigma; many people; still; everyone; many of us; ultimately; worse; no one; only; to push; more (=2); hard; so many people; everyday; to be discriminated; a lot of; so hard; greater good; medication does help; really.*
- В 28% случаев было выявлено, что рассматриваемые иллокутивные акты можно отнести к смешанному типу:

Таблица №4. Смешанный тип иллокутивных актов.

Репрезентативы с элементами экспрессивов	<i>The most incredible way it has done this is by creating a community and making people feel SAFE enough to talk about their experiences. / Самый потрясвающий способ – это создать сообщество и заставить людей чувствовать себя достаточно комфортно для обсуждения их опыта.</i>
--	--

	<p><i>I have been thinking quite hard about whether to post this, but I feel it's the right thing to do. So many people live with medication stigma everyday, a fear that they will be judged as being weak or discriminated against, simply for taking a pill to help with their mental health. / Я довольно долго размышлял делать ли этот пост, но думаю это правильно. Так много людей подвержены социальной стигме каждый день – страх, что их осудят за слабость или подвергнут дискриминации просто за то, что они принимают лекарства для поддержания своего ментального здоровья.</i></p>
<p>Репрезентативы, соединившие в себе особенности речевого акта утверждения и предсказания</p>	<p><i>Everyone has mental health and many of us will experience struggles at some point. / Многие из нас испытывают проблемы с ментальным здоровьем в какой-то момент. Recognising that you need help and getting the support you need ultimately makes you stronger. / Осознание того, что вам нужна помощь и получение поддержки в итоге делает вас сильнее;</i></p> <p><i>Not getting the treatment may mean the problem gets worse and if no one knows about it, you might not be getting the support you need. Getting help results in the opposite. / Отсутствие лечение может означать, что проблема усугубится, и, если вы ни с кем не поделитесь этим, то не получите необходимой поддержки. Получение помощи приведет к обратному.</i></p>



<p>Репрезентативы с элементами директивов</p>	<p><i>I've been inspired by @dralexgeorge #PostYourPill movement over the past month or so as see an influencer that works so hard for the greater good is inspiring, especially considering the suicide rates of men in the UK. / Последний месяц или около того меня вдохновляло движение #PostYourPill, созданное инфлюенсером @dralexgeorge. То, что он так усердно работает во имя общего блага, вдохновляет, особенно учитывая уровень самоубийств среди мужчин в Великобритании.</i></p>
<p>Репрезентативы, соединившие в себе особенности речевого акта констатации и утверждения</p>	<p><i>While medication does help your brain chemistry work to manage these complex layers, i remind myself that it can't soothe your soul. / Хотя медикаменты, действительно, помогают происходить химическим процессам в нашем мозге, чтобы справляться с этими сложными проблемами, я напоминаю себе, что они не могут успокоить твою душу.</i></p>

Элементами экспрессивов в рассматриваемых репрезентативах являются следующие высказывания: 1. *The most incredible way / самый потрясающий способ* – в данном примере представлена положительная оценка; 2. *I feel it's the right thing to do / думаю, это правильно* – одобрение собственного поступка;

Элементами директивов в рассматриваемых репрезентативах является высказывание с хэштегом *#PostYourPill*, несущее в себе призыв, – сделай пост о своих таблетках.

Также в анализируемых интернет-текстах было выявлено использование квестивов. Квестивы использовались в 30 текстах из 58.

Использование вопросительных предложений или квестивов в рассматриваемых текстах можно подразделить на несколько категорий. В ряде случаев в вопросительных предложениях был заложен риторический вопрос, т.е. вопрос, на который обычно не предполагается какой-либо ответ. Другие квестивы несут в себе открытый вопрос – призыв к дальнейшей коммуникации за счет ответов адресатов в комментариях и сообщениях. Также можно выделить автоквестивы – вопросы авторов к самим себе. Автоквестивы также могут носить риторический характер.

Таблица №5. Квестивы.

Риторический вопрос	<p><i>Why let the cover write the story? / Зачем позволять обложке писать историю?</i></p> <p><i>So how do we manage?? / Так как же нам справиться?</i></p> <p><i>If I am trying my hardest to get rid of negative self-talk and limiting beliefs, and I attract those SO easily is what I noticed, then who is going to walk into my life and teach me how to overcome them? / Если я изо всех сил стараюсь избавиться от негативных разговоров с собой и ограничивающих представлений и все равно притягиваю их так легко, то, кто войдет в мою жизнь и научит меня, как это преодолеть?</i></p> <p><i>I guess being aware is step 1 of the process? / Полагаю, осознание – первая ступень процесса?</i></p> <p><i>Why should getting treatment for mental health be any different to physical illness? / Почему получение лечение от проблем ментального здоровья должно отличаться от лечения физических заболеваний?</i></p>
---------------------	---

*Would you prevent a doctor working after cancer? / Вы бы не позволили работать врачу после рака?*

*How many people are not getting the treatments they need AND deserve because of this very stigma? / Как много людей не получают необходимое им лечение из-за этой самой стигмы?*

*I couldn't believe he wanted me, like why me of all the SANE, non trauma, beautiful girls in the world... you picked me? / Я не могла поверить, что нужна ему – почему среди всех этих здравомыслящих, не травмированных, красивых девушек в мире ты выбрал меня?*

*Does our hotel have a good enough gym? / Достаточно ли хороший спортивный зал в нашем отеле?*

*Are we able to plan for anything while on vacation that doesn't take all day because I needed to get my workouts in? / Возможно ли планировать что-то во время отпуска не на весь день, потому что мне нужны мои тренировки?*

*Why do us moms feel like we need to say that as a disclaimer when we need to be real for a minute that it is not always laughter and happiness? / Почему нам, мамам, кажется, что мы отказываемся от ответственности, когда хоть на минуту попадаем в реальность, которая не всегда полна смеха и счастья?*

*How could we be? / Как мы могли быть?*

*Because if I can help a social media community of people, I should be able help myself, right? / Потому что, если я могу*

	<p><i>помочь сообществу людей в социальной сети, я должна суметь помочь и себе, правильно?</i></p> <p><i>Because I didn't want to spend my life punishing my body or mind. Do you? / Потому что я не хотела провести жизнь, наказывая свое тело и разум. А вы?</i></p>
Открытый вопрос	<p><i>Did you know, 70 billion dollars (globally) is spent every year on diets and weight loss products? / Знаете ли вы, что 70 миллиардов долларов (во всем мире) тратится каждый год на диеты и продукты для похудения?</i></p> <p><i>Did you know that diets have a 95-98% failure rate? / Знаете ли вы, что диеты заканчиваются неудачей в 95-98% случаев?</i></p> <p><i>Did you know 9.5 out of 10 people who lose weight while on a diet gain back all of their weight in 1-5 years? / Знаете ли вы, что 9,5 из 10 человек, которые худеют во время диеты, набирают весь свой вес снова за 1-5 лет?</i></p> <p><i>And 1/2 of those 9.5 people end up at a weight heavier than when they started dieting? / И что половина из этих 9,5 людей набирает вес больший, чем был у них до диеты?</i></p> <p><i>Did you know that dieting is directly associated with increased health problems related to weight cycling? / Знаете ли вы, что диета напрямую связана с проблемами со здоровьем, связанными с кругооборотом веса?</i></p> <p><i>Do you struggle with thoughts taking over your mind and triggering your anxiety causing you to worry and stress? / Боретесь ли вы с мыслями, которые овладевают вашим</i></p>

	<p><i>разумом и вызывают тревогу, провоцирующую беспокойство и стресс?</i></p> <p><i>What would it be? / Что бы это было?</i></p> <p><i>How are rape victims and survivors treated where you live? / Как относятся к жертвам насилия в вашей стране?</i></p> <p><i>What words would you say to your younger self? / Что бы вы сказали более молодой версии себя?</i></p> <p><i>I am the type of person that when lost driving turning the music down really does help. What about you? / Я тот, кому выключение музыки помогает, когда ты за рулем и заблудился. А ты?</i></p> <p><i>Can you relate? / У вас так бывает?</i></p> <p><i>Scared to fly? / Боитесь летать?</i></p> <p><i>Does this sound familiar to you? / Это вам знакомо?</i></p>
<p><b>АВТОКВЕСТИВЫ</b></p>	<p><i>Why wasn't I ok? / Почему я была не в порядке?</i></p> <p><i>And I realize if I can't see my worth, then who will? / И я поняла, что, если сама не буду видеть свою ценность то, кто будет?</i></p> <p><i>Will I become addicted? / Стану ли я зависимой?</i></p> <p><i>What or who am I without my meds? / Кто я без моих таблеток?</i></p> <p><i>Does that mean I'm not actually myself when I'm on them? / Значит ли это, что я – это не я, когда пью их?</i></p>

*Is it any surprise I started having disordered eating and feared what would happen if I gained weight? / Что удивительного в том, что у меня появилось расстройство пищевого поведения и я боялась, что будет, если наберу вес?*

*Is it any wonder that I've struggled to feel valued in relationships at every size? / Есть ли что-то удивительное в том, что мне сложно было чувствовать свою ценность в отношениях, какой бы вес у меня не был?*

*Because all that mattered to me? / Потому что все это волнует меня?*

*So what do I do? / Так что же мне делать?*

*I did let go of a lot. Myself? / Я отпустила многое. А себя?*

*How can I trust the process and believe success is still possible for me, and that me, my work and our community does deserve it? / Как я могу доверять людям и верить в возможный успех, и в то, что моя работа и наше сообщество заслуживает это?*

*I remember wondering why I even wanted to survive another day. / Я помню как размышляла, почему я вообще хотела пережить еще один день?*

*I felt embarrassed that I had to take something to make me feel happy or "normal" I just didn't understand why I just couldn't feel like that. / Мне было неловко от того, что мне приходилось принимать что-то, чтобы чувствовать себя*

	<i>счастливой или «нормальной». Я просто не понимала, почему я не могла чувствовать себя так изначально.</i>
--	--

В 35% случаев из рассмотренных адресантами был использован риторический вопрос, в 32,5% случаев – вопросы носят открытый характер, еще в 32,5 % – это были вопросы авторов, обращенные к самим себе.

Рисунок №2. Квестивы.



Можно выделить, что квестивы в рассматриваемых примерах всегда имеют коммуникативную интенцию. Риторические вопросы, обычно не подразумевающие ответа, несут в себе призыв развить в комментариях поднятую автором тему, задуматься над заявленной проблемой. Например, риторический вопрос – *Would you prevent a doctor working after cancer? / Вы бы не позволили работать врачу после рака?* Подталкивает подписчиков развить данную тему в комментариях или опубликовать собственный пост на данную тему.

Квестивы помогают адресантам оказать речевое, эмоциональное и информационное воздействие на массовый адресат, несут в себе коммуникативную интенцию, а также способствуют созданию эффекта интерактивности контента.

### 3.3 Лингвориторический анализ интернет-текстов

Лингвориторический анализ интернет-текстов осуществляется нами по следующей схеме: 1. Определяется стиль текста; 2. Определяется содержание текста: тема, основная мысль, ведущий тип речи, логические топы. 3. Определяются риторические приёмы, которые использует автор для оказания воздействия на адресата [31, с. 113].

Стиль рассматриваемых нами интернет-текстов мы определили, как разговорный, поскольку им свойственна экспрессивность и эмоциональность, а также в текстах выявлено использование сокращений, коллоквиализмов, неформальной лексики, конструкций с редуцированными компонентами, фразовых глаголов, идиом, парцелляции, эмодиконов, заменяющих мимику и жесты.

Ведущий тип речи в текстах – повествование. Тексты написаны в формате автобиографического нарратива или сторителлинга – это истории о личных событиях из жизни авторов, написанные от первого лица, которым свойственны субъективность, эмоциональность, хронологичность изложенных событий, причинно-следственные отношения, переход от прошедших времен к повествовательным настоящим, наличие драматического компонента и морально-оценочная направленность информации.

В качестве логических топов мы выделили темпоральные и причинно-следственные отношения.

Проанализировав все исследуемые интернет-тексты, нами были выявлено 163 употреблений фиксированных темпоральных конкретизаторов и 360 употреблений нефиксированных темпоральных конкретизаторов.

Фиксированные темпоральные конкретизаторы, используемые в интернет-текстах: *the moment* (4), *2 months ago*, *at 4 months pregnant*, *today* (13), *in that moment*, *now* (9), *never* (25), *from the age of 15-26*, *the last 2 years*, *24/7*, *at*



*times like these, this time (6), for the first 4 years, in the 7th grade, I was 12 (2), I'm 36 now, until (7), the next day, in November of 2016, the last 6 months, for 4 years, the next 2 years, 4 years later, from age 16 to 22, at 22, 6 years later, every year (2), each week for 50 minutes, on time (2), TWO HOURS had gone by, for two hours, weekly (2), after two years, everyday (4), every single day (2), while (9), meanwhile, tomorrow, always (24), all the time; Monday, exactly 2 years ago, Christmas time, the night before one Christmas morning, one of the saddest moments, this time of the year, each day, yesterday, the last 2 months, since March 23, 2020, the next morning, at 11, the next 6 years, at 17, at the age of 26, the year of travel, at 32 years old, this morning, over the past three years, 2 weeks after, forever (2), from the day, 19 months old, 19 months postpartum, 2 days postpartum.*

Нефиксированные темпоральные конкретизаторы, используемые в интернет-текстах: *another day (3), ever (13), already (3), immediately, when (64), then (22), anymore (6), sometimes (18), still (19), then one day, yet (8), over the recent weeks/months, most of the time, a few months ago, some days (9), a moment (3), after a little while, again (14), next time (2), for some years, nearly three years ago, there was ever a time, usually (5), for many years, at the end of the day, several times a week, several times a month, about 4 years, for months, for years(3), anytime (2), all day (2), a week and a half, a week (2), a few months ago, less than two weeks away, for so long, months (3), another Christmas lunch.*

Количество нефиксированных темпоральных конкретизаторов в текстах в несколько раз превышает количество фиксированных темпоральных конкретизаторов, что говорит о характерной для жанра повышения уровня общественной осведомленности по актуальной теме или проблеме («raising awareness») выраженности неточности и неопределенности времени, отражающей гибкий и растяжимый характер временной организации некоторых событий.

В качестве риторических приемов мы выделили использование концептуальных метафор и лексических и синтаксических повторов.

Во всех 58 интернет-текстах выявлено использование концептуальных метафор, соотносящихся с тематикой ментального дискомфорта. Мы выделили 103 метафоры: 47 онтологических метафор, 38 структурных метафор, 17 ориентационных метафор.

Таблица №6. Концептуальные метафоры.

Концептуальные метафоры		
Структурные метафоры	Онтологические метафоры	Ориентационные метафоры
39	47	17

Мы выявили использование в интернет-текстах онтологических метафор следующих категорий:

Таблица №7. Онтологические метафоры.

Онтологические метафоры				
Ментальные расстройства и заболевания, как сущности	Персонификация явлений, ментальных расстройств и заболеваний	Явления, как сущности	Чувства, как сущности	Состояния и явления, как вместилища
15	12	7	2	11

Приведем примеры систематизированных онтологических метафор, использованных в интернет-текстах

- Ментальные расстройства и заболевания, воспринимаемые, как сущности: *anxiety shows in many ways; camouflaging my eating disorder; my depression would disappear; I live with depression, anxiety, PTSD, ADHD, eating disorders; living with depression; I've been plagued with anxiety, PTSD, depression, psychosomatic health anxiety, GERD; intrusive thoughts can be really uncomfortable and anxiety-inducing;*

- Персонификация: *my eating disorder, mental illnesses, and PTSD took over my life; my anxiety would go away; my anxiety making a presence; anxiety cannot take this away from me; it was the perceived danger anxiety makes you feel; my eating disorder won again; distinct list of promises my eating disorder gave me; the stigma has gone; this pandemic has truly tested me; relationships that didn't leave me;*
- Явления, воспринимаемые, как сущности: *people live with medication stigma; stigma surrounding mental illness; running away from an abusive relationship; to heal my relationship; take a stand against medication stigma; 75% of you have faced medication stigma; the comedown was bad;*
- Чувства, воспринимаемые как сущности: *my fears are so much bigger than my belief; that extreme hunger was healthy;*
- Состояния и явления, как вместители: *fell in love; stuck in the stigma; out of exhaustion; to go into recovery; being in awe; find myself in that discomfort; to be in pain (=3); in structured relationships; a sense that I'm in a position to talk.*

Интересно отметить использование механизма персонификации при метафоризации, например: *I live with depression (Я живу с депрессией)* или *My anxiety would go away (Моя тревожность уйдет)*. Персонификация заболеваний или расстройств отделяет их от личности автора. Мы воспринимаем состояние депрессии / тревожности, как отдельного человека, не идентифицируя их, как проблемы личного характера адресанта. Также в 5 примерах персонификации используется притяжательное местоимений *my*: *my anxiety would go away (моя тревожность уйдет); my anxiety making a presence (моя тревожность покажет себя)*, что создает некое противоречие – авторы персонифицируют расстройства, но при этом максимально сближают их со своей личностью, подчеркивая, что это происходит с ними.

Мы выявили структурные метафоры следующих категорий в рассматриваемых интернет-текстах:

Таблица №8. Структурные метафоры.

Структурные метафоры		
Путь к выздоровлению – путешествие	Путь к выздоровлению, принятию себя – война	Борьба со стигматизацией – война
13	24	2

- Путь к выздоровлению – путешествие: *who share and support each other's' journey; the sober journey; mental health has been one hell of a journey; to express my journey; I openly shared my journey; to talk about my own journey more; I've realized through my own journey, that when I stayed silent about my struggles, I felt so incredibly lonely and afraid; To find self-love and confidence is often a rocky journey; I never imagined I'd have 200,000 people following my journey; my body love journey; that journey hasn't been easy; to talk about my journey; my health journey.*
- Путь к выздоровлению, принятию себя – война: *to fight for my needs; fight for that compassion; you and I are fighters and will not let depression define our lives; to protect me with fight or flight; I choose to fight to have more of those days and overcome this battle with anxiety; fighting in silence; fight her battles; I choose to fight for joy; a panic attack; My eating disorder won again; I know you are at war with yourself every second; I try to calm myself down but it's a war; A war between me and my mind; I have my everyday strategies to keep me in check with my balance; Strategically placing my body; overcome this battle with anxiety; to lose my value; losing weight (=2); trying to lose the wrong weight; to lose feeling in my legs; lose sight of a life; that mothers were now "ticking time bombs" in a mental health crisis; to get rid of negative self-talk and limiting beliefs;*
- Борьба со стигматизацией – война: *stigma surrounding mental illness; to take a stand against medication stigma.*

Слово *journey* в метафоре «путь к выздоровлению – это путешествие» в ряде примеров имеет такие сопутствующие лексические единицы, как:

- Притяжательное местоимение *my* (*мое*): 1. в сочетании со словом *journey* подчеркивает личный характер, описываемой информации, создает интимность между адресатом и адресантом, доверительную атмосферу; 2. сопровождаемое прилагательным *own* – *my own journey* (*мое собственное путешествие*) – придает высказыванию еще более субъективный и интимный характер;
- *One hell of a rocky, hasn't been easy*. Данные примеры подчеркивают сложный и тяжелый характер этого пути (пути к выздоровлению).

Метафоры «путь к выздоровлению, принятию себя – это война» и «борьба со стигматизацией – это война» несут в себе призыв победить в этой «войне»: *I choose to fight to have more of those days and overcome this battle with anxiety; / Я выбираю бороться за то, чтобы таких дней было больше, и победить в битве с тревожностью; you and I are fighters and will not let depression define our lives; / мы с тобой бойцы и не позволим депрессии определять нашу жизнь; to take a stand against medication stigma / чтобы противостоять социальной стигматизации.*

В рассматриваемых интернет-текстах мы выявили ориентационные метафоры следующих категорий:

Таблица №9. Ориентационные метафоры.

Ориентационные метафоры			
Счастье направлено вверх	Несчастье направлено вниз	Плохое направлено вниз	Эмоциональное направлено вниз
4	7	3	3

- Счастье направлено вверх: *the ups; pick yourself up; “pick myself up; build myself up;*

- Несчастье направлено вниз: *falling down rabbit holes; to feel down and unhappy; to be unwell, depressed; low confidence; at my lowest; my weight was dropping but I wasn't any happier; the downs;*
- Плохое направлено вниз: *when people try and take down good people; hitting rock bottom; your mental health declining;*
- Эмоциональное направлено вниз: *someone fell in love with me; rollercoaster of feelings; rooted in her emotions.*

Образность, оценочность и структурирование действительности с помощью метафоризации помогает эффективно донести идеи адресанта до адресата. Адресат склонен воспринимать информацию в такой трактовке, которую выбрал адресант. Использование концептуальных метафор способствует оказанию эмоционального и речевого воздействия на массовый адресат.

Во всех 58 анализируемых интернет-текстах авторами используются лексические и синтаксические повторы. Лексические и синтаксические повторы, как риторические приемы усиления убедительности, помогают авторам оказать эффективное воздействие на аудиторию.

Примеры лексических и синтаксических повторов по темам расстройства пищевого поведения и неприятия своего тела представлены в таблице ниже.

Таблица №10. Лексические и синтаксические повторы.

	Лексические повторы	Синтаксические повторы
Анафора	<i><b>That</b> losing weight doesn't solve the inner feelings. <b>That</b> being a larger size didn't make me less valuable. / Что похудение не избавляет нас</i>	<i><b>It is</b> life saving. <b>It is</b> for me. / Они спасают жизни. Они мне нужны.</i>

	<p><i>от внутренних переживаний. Что больший размер одежды не делает меня менее ценной.</i></p> <p><i>A value system that says, what meets the eye is not the full story. It's just the cover. A front.</i></p> <p><i>A value system that understands that I am worthy of the pages I write and the life I lead. / Система ценностей, которая гласит, что то, что мы видим, — далеко не все. Это просто обложка. Фасад. Система ценностей, согласно которой, я достойна страниц, которые пишу, и той жизни, которую веду.</i></p> <p><i>Then, a boy I liked said I was "too fat" to date. Then, another, and a few more incidents quite like this, some that I can't even type out they remain too painful. / Затем мальчик, который мне нравился, сказал, что я «слишком толстая», чтобы встречаться со мной. Затем</i></p>	<p><i>I didn't go into recovery because I loved or like myself. I didn't go into recovery because I felt I deserved better. / Мне не нужно было выздоровление потому, что я любила себя или нравилась себе. Мне не нужно было выздоровление потому, что я чувствовала, что заслуживаю лучшего.</i></p> <p><i>I'm still anxious and insecure in and about my body. I'm aware of it and still feel the pressure to be a certain way, for sure. / Я все еще испытываю тревожность и неуверенность из-за моего тела. Я знаю это и, конечно же, все еще чувствую необходимость выглядеть определенным образом.</i></p> <p><i>It was squishy, soft, stretched and scarred. It was amazing. / Оно было мягким, дряблым и покрытым шрамами. Оно было прекрасным.</i></p>
--	--	--

	<p>еще один и еще несколько подобных инцидентов, некоторые из которых я даже не могу упоминать, они остаются слишком болезненными.</p> <p><b>Some days good. Some days bad.</b> / Некоторые дни плохие. Иногда все хорошо. Иногда все плохо.</p> <p><b>And I found myself giving a different answer than I usually do. 'Because the eating disorder didn't work.'</b> <b>And as simple as it sounds, it's true.</b> / И я поймала себя на том, что отвечаю иначе, чем обычно. «Потому что расстройство пищевого поведения не помогло». И как бы просто это ни звучало, это правда.</p> <p><b>All the time. When shopping. When with friends.</b> / Постоянно. Когда я хожу за покупками. Когда я с друзьями.</p>	<p><b>It gave me the opportunity to be uncomfortable and find myself in that discomfort. It gave me the chance to fight for my needs, and grieve the parts of me that were gone. It gave me my awe back.</b> / Это дало мне возможность испытывать дискомфорт и найти себя в этом дискомфорте. Это дало мне возможность бороться за то, что мне необходимо и оплакивать то, что ушло. Это вернуло мой трепет.</p> <p><b>I didn't care when my nails started fall out one by one.</b></p> <p><b>I didn't care that my hair was falling out in clumps.</b></p> <p><b>I didn't care that my hunger affected my mood so much that i was a very mean person to my friends and family.</b></p> <p><b>I didn't care that i began to judge everyone around me because of my own disordered thoughts around the food I ate and the hate i had for my own</b></p>
--	--	---



	<p><i>body. / Мне было все равно, когда мои ногти начали выпадать один за другим. Мне было все равно, что мои волосы выпадали клочьями. Мне было все равно, что мой голод так сильно влиял на мое настроение, что я была озлоблена на друзей и семью. Мне было все равно, что я начала осуждать всех вокруг из-за собственных беспорядочных мыслей о еде, и ненависти, которую я испытывала к собственному телу.</i></p> <p><i><b>Did you know, 70 billion dollars (globally) is spent every year on diets and weight loss products?</b></i></p> <p><i><b>Did you know that diets have a 95-98% failure rate?</b></i></p> <p><i><b>Did you know 9.5 out of 10 people who lose weight while on a diet gain back all of their weight in 1-5 years? / Знаете ли вы, что 70 миллиардов долларов (во всем мире)</b></i></p>
--	--

		<p><i>тратится каждый год на диеты и продукты для похудения? Знаете ли вы, что диеты заканчиваются неудачей в 95-98% случаев? Знаете ли вы, что 9,5 из 10 человек, которые худеют во время диеты, набирают весь свой вес снова за 1-5 лет?</i></p> <p><i><b>I was physically smaller in the photo on the left. I was also very unwell, depressed, lonely, had incredibly low confidence, had zero sense of self worth, and my life was controlled entirely by several eating disorders. / Я была худее на фото слева. Я также чувствовала недомогание, одиночество, была подавлена, была невероятно неуверенной в себе, у меня отсутствовало чувство собственного достоинства, и мою жизнь полностью контролировали несколько расстройств пищевого поведения.</b></i></p>
--	--	---

		<p><i>I did everything in my power to avoid it.</i></p> <p><i>I also did everything I could to act like I was eating the food. / Я сделала все, что было в моих силах, чтобы этого избежать. Я также сделала все возможное, чтобы казалось, как будто я нормально ела.</i></p> <p><i>If I could go to great lengths to control my body as i did, hate my body, and believe that starving myself was healthy...</i></p> <p><i>I could go to great lengths to give the exact opposite a try. / Если я могла пойти на многое, чтобы контролировать свое тело, ненавидеть свое тело и верить, что голодание полезно для здоровья... Я могла бы пойти на многое, чтобы испробовать прямо противоположное.</i></p> <p><i>I was always aware of my size and weight, but I can't say it overran my life. I just was</i></p>
--	--	---

		<i>aware of it. / Я всегда знала свой размер и вес, не могу сказать, что это наводило мою жизнь. Я просто знала об этом.</i>
Эпифора	<p><i>Remember <b>this</b>. Save <b>this</b>. Send <b>this</b> to a friend. / Запомните это. Сохраните это. Отправьте это другу.</i></p> <p><i>I was in <b>awe</b>.</i></p> <p><i>I lost that after a little while.</i></p> <p><i>The <b>awe</b>. / Меня охватил трепет. Вскоре меня покинуло это чувство. Чувство трепета.</i></p> <p><i>Love <b>my body</b>.</i></p> <p><i>Feel fullness in <b>my body</b>. / Любить мое тело. Чувствовать мое тело.</i></p>	<p><i>I whispered to myself, “Mik, you can <b>do it</b>. Just <b>do it</b>.”/ Я шептала себе: «Мик, ты можешь сделать это. Просто сделай это».</i></p>
Анадиплосис	<p><i>Because sometimes what they call “letting <b>yourself</b> go” is actually picking <b>yourself</b> back up from the <b>hands</b> of others. <b>Hands</b> that have no business holding any part of you. / Потому что иногда то, что они называют «позволь себе</i></p>	<p><i>If you do everything I tell you to, <b>I will make you</b> feel happy, confident, loveable. <b>I will make you</b> worthy of being here. / Если ты будешь делать все, что я скажу, я сделаю тебя счастливой, уверенной в себе и любимой.</i></p>

	<p><i>быть собой», на самом деле значит вырваться из чьих-то рук. Рук, которые не имеют права держать тебя.</i></p> <p><i>I learned many <b>things</b> from outpatient recovery. One of the <b>things</b> being the extreme lengths i took to control how my body looked was because i was running away from trauma. / Я многому научилась во время восстановления. Одна из причин, по которой я слишком долго контролировала внешний вид своего тела, заключалась в том, что я скрывалась от травмы.</i></p> <p><i>If I could go to great lengths to control <b>my body</b> as i did, hate <b>my body</b>, and believe that starving myself was healthy.../ Если я могла пойти на многое, чтобы контролировать свое тело, ненавидеть свое тело и верить, что голодание полезно для здоровья...</i></p>	<p><i>Я сделаю тебя достойной быть здесь.</i></p> <p><i>And the one that told me <b>my eating disorder</b> was better. I whispered to myself, "Mik, you can do it. Just do it." <b>My eating disorder</b> won again. / Но то, что сказало мое расстройство пищевого поведения было лучше. Я шептала себе: «Мик, ты можешь сделать это. Просто сделай это». Расстройство пищевого поведения вновь победило.</i></p>
--	---	--

Симплова	<p><i>Not <b>because</b> of what I have done, or how I look, but <b>because</b> of who I am beyond all that and how I've showed up. <b>Because</b> I know how uncomfortable it got.</i></p> <p><i>/ Не из-за того, что я сделала или как выгляжу, а из-за того, кем я являюсь помимо этого и как я проявила себя. Потому что я знаю, насколько это неприятно.</i></p>	<p><i><b>I know you are</b> at war with yourself every second of the day and <b>I know you are</b> exhausted from hating every part of your body. Fight for that compassion <b>I know you</b> want to give yourself. / Я знаю, что вы боретесь с собой каждую секунду, и я знаю, что вы устали от ненависти к каждой части своего тела. Боритесь ради милосердия, я знаю, что вы хотите простить себя.</i></p>
----------	---	--

В рассматриваемых интернет-текстах представлены следующие синтаксические и лексические повторы, способствующие оказанию воздействия на аудиторию: анафора, эпифора, анадиплосис и симплова.

Тема ментального дискомфорта в интернет-текстах представлена следующей тематической лексикой, представленной в таблице ниже.

Таблица №10. Тематическая лексика в интернет-текстах о ментальном дискомфорте.

Навязчивые мысли	<i>disordered thoughts, intrusive thoughts, to overthink;</i>
Психологическая травма	<i>trauma, traumatic experiences, trigger;</i>
Психические расстройства	<i>panic, panic attack, depression, PTSD, ADHD, Perinatal Mood &amp; Anxiety Disorders (PMADs), prenatal or postpartum depression, maternal mental health illness;</i>

Отрицательные чувства и эмоции	<i>anxiety, shame, anger, jealousy, desperation, fear, uncertainty, to be worried, to feel down and unhappy, to feel lonely and afraid, to feel guilty, to feel alone, to feel vulnerable, to feel shame, to feel anxious, to feel insecure; to feel pressure, to feel hopeless, to feel uneasy, to grow sad and frustrated, emotionally unavailable people, feeling so lifeless;</i>
Медицинская помощь и здоровье	<i>mental health, mental illnesses and diseases, a mental health crisis, psychiatrist, to get the help, family medical history, therapy, to be diagnosed, healthy, healing, treatment, physical illness, pandemic, recovery;</i>
Расстройство пищевого поведения	<i>eating disorders, bulimia, binge eating disorder, orthorexia, extreme hunger, outpatient recovery, to be underweight;</i>
Стигматизация лиц с психическими и личностными расстройствами	<i>stigma of mental health; stigma surrounding mental illness;</i>
Медикаментозная терапия и страх лекарственной зависимости	<i>medication, to be on medication, meds, to be over medicated, addiction, to become addicted;</i>
Созависимые и абьюзивные отношения	<i>abusive relationship, codependency; the back-and-forth; codependent relationship; unhealthy relationship; toxic relationship; boundaries;</i>

Можно заключить, что тема ментального дискомфорта представлена тематической лексикой, следующей направленности: навязчивые мысли, психологическая травма, психические расстройства, отрицательные чувства и эмоции, медицинская помощь и здоровье, расстройство пищевого поведения,

стигматизация лиц с психическими и личностными расстройствами, медикаментозная терапия и страх лекарственной зависимости, созависимые и абьюзивные отношения.

Основные темы постов, освещаемые авторами, связаны со следующими актуальными проблемами: чувство социальной изолированности в условиях пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19), чувство тревоги связанной с неопределенностью из-за пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19), депрессия, вызванная разными факторами (беременность, рождение ребенка, потеря близкого человека, развод, страх болезни), неприятие своего тела, абьюзивные и созависимые отношения, неуверенность в себе, тяготы материнства, расстройство пищевого поведения, апатия, состояние тревожности, панические атаки, навязчивые мысли, травматический опыт, посттравматическое стрессовое расстройство, алкоголизм, наркозависимость, лекарственная зависимость.

Рассмотрим проведенный лингвориторический анализ на примере одного из интернет-текстов:

*I've just survived a traumatic time.*

*I've been separated from my ex-husband for two years now and spent much of last year involved in litigation and been in and out of virtual court. After running on adrenaline and phenomenally high-stress levels for well over a year, the comedown was bad. I sunk into the darkest low I have ever experienced, which was depression. For about two months, I felt like I was barely functioning, just going through the motions of life, doing what I needed for myself and my daughter to get through the day. And struggling with those awful feelings of worthlessness and hopelessness. Thankfully I had loads of support from friends and family.*

*I read that if you don't deal with depression and manage it, it will get much, much worse. I saw a therapist, read an amazing book 'Overcoming Depression' by*



*Paul Gilbert, and managed to surface from the darkness to start putting my life back together and rebuilding my self-esteem and sense of worth.*

*Depression affects one in five adults in the UK. It is one of the most debilitating conditions I have ever experienced, yet many don't realise how horrendous it is.*

*I'm recovering every day but I still feel very sad that I had to leave our cat behind in the separation. (Pictured)*

*Sending lots of love out to anyone who is experiencing/has experienced bad mental health. ❤️ My inbox is open to anyone who wants to chat.*

*Have you experienced bad mental health recently? (Feel free to DM me rather than comment publicly if you prefer) [140].*

*Перевод: Я не живу с бывшим мужем уже два года и провела большую часть прошлого года, участвуя в судебных разбирательствах, в реальном и виртуальном суде. После всплесков адреналина и феноменально высокого уровня стресса на протяжении более года, «похмелье» было тяжелым. Я погрузилась в самое мрачное состояние, которое когда-либо испытывала, — в депрессию. Около двух месяцев я чувствовала, что едва справляюсь, просто существую, делая то, что нужно мне и моей дочери, чтобы прожить день, борясь с ужасными чувствами никчемности и безнадежности. К счастью, меня сильно поддерживали друзья и семья.*

*Я читала, что, если вы не справитесь с депрессией, а оставите все как есть, она станет намного, намного хуже. Я посетила психотерапевта, прочитала потрясающую книгу Пола Гилберта «Преодоление депрессии» и мне удалось выбраться из темноты, начать приводить свою жизнь в порядок и восстанавливать самооценку и чувство собственного достоинства.*

*Депрессии подвержен каждый пятый взрослый в Великобритании. Это одно из самых изнурительных состояний, которые я когда-либо испытывала, до сих пор многие не осознают, насколько оно ужасно.*

*С каждым днем мне все лучше, но я все еще переживаю из-за того, что пришлось покинуть нашу кошку, когда мы разошлись. (на фото)*

*Желаю любви всем, кто испытывает / испытал проблемы с ментальным здоровьем. Мой почтовый ящик открыт для всех, кто хочет поговорить. Испытывали ли вы в последнее время проблемы с ментальным здоровьем? (Вместо комментариев, вы можете писать мне в ЛС, если это удобнее)*

Мы определили стиль рассматриваемого интернет-текста, как разговорный, поскольку в нем присутствуют следующие особенности:

- Неформальная лексика и выражения: *comedown; loads of support; lots of love; feel free.*
- Сокращенные формы глаголов: *I've just survived; I've been separated; I'm recovering; don't deal; don't realise:*
- Используются аббревиатуры: *DM;*
- Частое использование личных местоимений: *I (=14); you (=3); me (=1).*
- Фразовые глаголы: *to feel like something; to put back; to leave behind; to get through;*
- Идиомы: *to go through the motions;*
- Эмоциональная и экспрессивно окрашенная лексика и выражения: *phenomenally; sunk into the darkest low; much, much worse; thankfully; to surface from the darkness; the most debilitating conditions; horrendous; I had to leave behind; much of last year; high-stress levels; barely; to struggle with awful feelings of worthlessness and hopelessness; to get worse; amazing; to affect; to feel very sad;*
- Парцелляция: *For about two months, I felt like I was barely functioning, just going through the motions of life, doing what I needed for myself and my daughter to get through the day. **And struggling with those awful feelings of worthlessness and hopelessness.***

- Синтаксический параллелизм: *I saw a therapist, read an amazing book 'Overcoming Depression' by Paul Gilbert, and managed to surface from the darkness to start putting my life back together and rebuilding my self-esteem and sense of worth;*

Тема текста – депрессия, спровоцированная разводом.

Основная мысль текста – рассказать о депрессии и ее опасности: *Depression affects one in five adults in the UK. It is one of the most debilitating conditions I have ever experienced, yet many don't realise how horrendous it is.*

Ведущий тип речи – повествование: рассказ ведется от первого лица; в нем присутствует последовательность событий, действий и явлений, передающаяся с помощью темпоральных конкретизаторов и различных временных форм глаголов. Рассказ строится на глаголах, рассказывающих о действиях в динамике, например: *to be separated – to be involved in litigation – to experience depression.* Формат текста – сторителлинг.

Выделенные нами логические топы – причинно-следственные и темпоральные отношения в тексте.

Причинно-следственные отношения: развод и сопутствующие события привели к депрессии – *I've been separated from my ex-husband for two years now and spent much of last year involved in litigation and been in and out of virtual court. After running on adrenaline and phenomenally high-stress levels for well over a year, the comedown was bad. I sunk into the darkest low I have ever experienced, which was depression.*

Темпоральность помогает организовать логический ход повествования. В тексте присутствуют конструкции со следующими темпоральными конкретизаторами: *for two years, last year, over a year, ever, about two months, to get through the day, yet, every day, still.*

- *I've been separated from my ex-husband **for two years now** and spent **much of last year** involved in litigation and been in and out of virtual court.* (фиксированный + нефиксированный характер темпорального отношения)
- *After running on adrenaline and phenomenally high-stress levels **for well over a year**, the comedown was bad.* (нефиксированный характер темпорального отношения)
- *I sunk into the darkest low I have **ever** experienced, which was depression.* (нефиксированный характер темпорального отношения)
- *For **about two months**, I felt like I was barely functioning, just going through the motions of life, doing what I needed for myself and my daughter **to get through the day**.* (нефиксированный характер темпорального отношения)
- *It is one of the most debilitating conditions I have **ever** experienced, **yet** many don't realise how horrendous it is.* (нефиксированный характер темпорального отношения)
- *I'm recovering **every day** but I **still** feel very sad that I had to leave our cat behind in the separation.* (фиксированный + нефиксированный характер темпорального отношения)

Речь автора характеризуется актуальностью на момент публикации поста. Соотношение выражения неточности и неопределенности времени превышает выражение точности и определенности: неточность представлена в 7 из 9 примеров.

В тексте используются концептуальные метафоры: онтологические (9), ориентационные (6), структурные (2).

Онтологические метафоры:

- *I've been separated from my ex-husband for two years now and spent much of last year **involved in litigation and been in and out of virtual court**.* (=2, объект - вместилще)

- *After running on adrenaline and phenomenally high-stress levels for well over a year, **the comedown was bad.*** (= сущность)
- *Thankfully **I had loads of support** from friends and family.* (= вместиллице)
- *I read that if you don't **deal with depression and manage it, it will get much, much worse.*** (=2, депрессия это сущность; персонификация)
- *I managed to surface from the darkness to start **putting my life back together** and rebuilding my self-esteem and sense of worth.* (= жизнь - вместиллице)
- ***Depression affects one in five adults** in the UK.* (= персонификация)
- ***I sunk into** the darkest low I have ever experienced, which was **depression.*** (=вместиллице)

#### Ориентационные метафоры:

- *I sunk into **the darkest low** I have ever experienced, which was depression.* (= счастье соответствует верху, печаль низу)
- *I felt like I was barely functioning, just **going through the motions of life, doing what I needed for myself and my daughter to get through the day.*** (=2, концептуализация времени = время неподвижно, а мы движемся сквозь него)
- *After running on adrenaline and phenomenally **high-stress levels** for well over a year, **the comedown was bad.*** (= больше ориентировано наверх, меньше вниз)
- ***I managed to surface from the darkness** to start putting my life back together and rebuilding my self-esteem and sense of worth.* (= счастье соответствует верху, печаль низу)
- *I'm recovering every day but I still feel very sad that **I had to leave our cat behind in the separation.*** (= концептуализация времени – прошлое осмысливается, как расположенное за нами)

#### Структурные метафоры:

- *I felt like I was barely functioning, just going through the motions of life, doing what I needed for myself and my daughter to get through the day. (= человек – машина)*
- *I'm recovering every day but I still feel very sad... (=человек – машина)*

Благодаря персонификации, как способу метафоризации, в представленных примерах мы воспринимаем состояние депрессии, как отдельную персону, отделяя ее от личности автора. Ориентационные метафоры по принципу: счастье направлено вверх, а печаль вниз, активно используются автором. Также можно выделить механизмы концептуализации времени и концептуального переноса.

Также автор рассматриваемого поста использует:

- фактологическую информацию: *Depression affects one in five adults in the UK.*
- тематическую лексику: *stress; depression; awful feelings of worthlessness and hopelessness; support; therapist; self-esteem and sense of worth; to feel sad;*
- повторы: *it will get much, much worse;*
- прилагательные сравнительной и превосходной степени: *the darkest; it will get much, much worse; the most debilitating conditions.*

На фотографии, сопровождающей пост, мы видим автора поста с ее кошкой, которую ей пришлось оставить с мужем после развода. Данный факт используется, как риторический прием для оказания эмоционального воздействия на читателей.



Использование визуального контента помогает повысить убедительность изложенной информации и способствует вовлеченности адресатов.

## ВЫВОДЫ

1. Тема ментального дискомфорта в интернет-постах передается причинно-следственными отношениями между событием или ситуацией и эмоционально-психологическим состоянием автора. Мы выделили следующие причины, приводящие к состоянию ментального дискомфорта: проблемы и переживания во время беременности и после рождения ребенка, страх лекарственной зависимости, абьюзивные и созависимые отношения, неправильный образ жизни, страх стигмы ментального нездоровья, негативные мысли, чувства, и эмоции, развод, проблемы профессионального спорта, переживание о стандартах красоты, непринятие своего тела, фэтшейминг, пандемия COVID-19, навязчивые мысли, тревожность.
2. Нами было выявлено, что в рассматриваемых текстах причинно-следственные отношения передавались с помощью разных лексических единиц в следующих процентных соотношениях: 27% случаев – глаголы; 27% – союзы, 11% – предлоги, 9% – инфинитивы с частицей *to*, 7% – наречия, 7% – детерминативы, 7% – модальные глаголы, 5% – причастия.
3. Дискурсивный анализ причинных ситуаций показал следующее: WHO (кто) дискурс представлен авторами постов; WHOM (кому) дискурс

представлен читателями и подписчиками; WHAT about (о чем) дискурс представляет проблемы, события и ситуации, приводящие к ментальному дискомфорту. WHY (WHAT for) (почему, для чего) дискурс представлен привлечением внимания к проблеме, теме, ситуации и/или личности автора; WHERE (где) дискурс представлен аккаунтами авторов в социальных сетях; WHEN/HOW long (когда, как долго) дискурс отличает присутствие темпоральных конкретизаторов, в преобладающем большинстве нефиксированного характера; Дискурсы WHAT to do (что делать) и HOW (как) соотносятся с выделенной нами стратегией повышения осведомленности («raising awareness»).

4. Репрезентативы использовались во всех текстах. Директивы – в 27 текстах; комиссивы – в 23, экспрессивы – в 43, квестивы – в 30 текстах. Использование декларативов выявлено не было. Мы заключили, что для интернет-текстов жанра повышения уровня общественной осведомленности по актуальной теме или проблеме («raising awareness») наиболее характерны следующие типы прагматических предложений: репрезентативы, экспрессивы, директивы, комиссивы и квестивы. В текстах были представлены речевые акты просьбы, утверждения, предсказания, объяснения, описания, констатации, признания, осуждения, совета, запрета, инструкции, призыва, благодарности, сожаления, чувства вины, стыда, радости, одобрения, неодобрения, ответа на вопрос, гарантирования, обещания, приветствия, пожелания.
5. Речевое поведение адресантов в социальных сетях характеризуется эмоциональностью, субъективностью, открытостью, экспрессивностью, аргументированностью, перформативностью, манипулятивностью и стремлением к диалогичности. В интернет-текстах выделяется использование ритуализованных речевых актов, призванных оказать манипулятивное эмоциональное воздействие на аудиторию.



6. Стиль рассмотренных интернет-текстов приближен к разговорному, тип речи – повествование. Тексты представлены в формате автобиографического нарратива и сторителлинга.
7. Количество нефиксированных темпоральных конкретизаторов (=360) в анализируемых текстах в разы превышает количество фиксированных темпоральных конкретизаторов (=163), что говорит о характерной для жанра повышения уровня общественной осведомленности по актуальной теме или проблеме («raising awareness») выраженности неточности и неопределенности времени, отражающей гибкий и растяжимый характер временной организации некоторых событий.
8. Во всех текстах выявлено наличие концептуальных метафор: ориентационные, онтологические и структурные. Всего мы выявили 103 концептуальные метафоры, систематизированных по следующим принципам: ментальные расстройства и заболевания, как сущности (=15), персонификация явлений, ментальных расстройств и заболеваний (=12), явления, как сущности (=7), чувства, как сущности (=2), состояния и явления, как вместилища (=11), путь к выздоровлению – путешествие (=13), путь к выздоровлению, принятию себя – война (=24), борьба со стигматизацией – война (=2), счастье направлено вверх (2), несчастье направлено вниз (=7), плохое направлено вниз (=3), эмоциональное направлено вниз (=3). Использование концептуальных метафор помогает оказать эмоциональное и речевое воздействие на массовый адресат. Образность, оценочность и структурирование действительности с помощью метафоризации помогает нужным адресанту образом донести идеи до адресата. Персонификация в онтологических метафорах влияет на восприятие информации в тексте: персонифицируя свое психоэмоциональное состояние, заболевание или расстройство, автор отделяет его от своей личности.
9. Лексические и синтаксические повторы использовались во всех 58 текстах. В рассматриваемых интернет-текстах представлены следующие

синтаксические и лексические повторы: анафора, эпифора, анадиплосис и симплока. Данные приемы позволяют закрепить мысль, придать ей целостность, привлечь внимание аудитории к идее или концепту. С помощью синтаксических и лексических повторов осуществляется информационное, эмоциональное и речевое воздействие на массовый адресат, достигается эффект убедительности.

10. Мы заключили, что тема ментального дискомфорта представлена тематической лексикой, следующей направленности: навязчивые мысли, психологическая травма, психические расстройства, отрицательные чувства и эмоции, медицинская помощь и здоровье, расстройство пищевого поведения, стигматизация лиц с психическими и личностными расстройствами, медикаментозная терапия и страх лекарственной зависимости, созависимые и абьюзивные отношения.
11. Основные темы постов, освещаемые авторами, связаны со следующими актуальными проблемами: чувство социальной изолированности в условиях пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19), чувство тревоги связанной с неопределенностью из-за пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19), депрессия, вызванная разными факторами (беременность, рождение ребенка, потеря близкого человека, развод, страх болезни), неприятие своего тела, абьюзивные и созависимые отношения, неуверенность в себе, тяготы материнства, расстройство пищевого поведения, апатия, состояние тревожности, панические атаки, навязчивые мысли, травматический опыт, посттравматическое стрессовое расстройство, алкоголизм, наркозависимость, лекарственная зависимость.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее исследование посвящено определению лингвистических особенностей интернет-дискурса, объединенного тематикой ментального дискомфорта. В процессе исследования особое внимание было уделено языковой репрезентации ментального дискомфорта и манифестации стратегий убеждения и повышения осведомленности в текстах интернет-постов.

Можно заключить, что корпус исследуемых текстов интернет-дискурса, посвященных ментальному дискомфорту, имеет ряд отличительных характеристик: в текстах присутствует хронологичность событий, ярко выраженные причинно-следственные и темпоральные отношения, используются концептуальные метафоры, лексические и синтаксические повторы, прагматические типы предложений (репрезентативы, экспрессивы, директивы, комиссивы и квестивы), тематическая лексика, следующей направленности: навязчивые мысли, психологическая травма, психические расстройства, отрицательные чувства и эмоции, медицинская помощь и здоровье, расстройство пищевого поведения, стигматизация лиц с психическими и личностными расстройствами, медикаментозная терапия и страх лекарственной зависимости, созависимые и абьюзивные отношения.

Выбор средств языковой выразительности, лексических и синтаксических средств, риторических стратегий и тактик обусловлен желаемым адресантом информационным, эмоциональным и речевым воздействием – использование статистических и фактологических данных, концептуальных метафор, лексических и синтаксических повторов, эмодиконов, эмоциональной и экспрессивно окрашенной лексики и выражений, визуального контента несет в себе манипулятивный характер коммуникации, свойственный цифровой риторике и неориторике.

Рассматриваемые нами интернет-тексты о ментальном дискомфорте представляют собой автобиографические нарративы. Авторы текстов

используют неориторические нарративные формы для оказания воздействия и усиления убедительности информации. Неориторическая стратегия нарративности, включенная в событийный аспект истории, носит скрытый манипулятивный характер, управляя читательским восприятием о понятиях морали, ценности и нормы. Автобиографический нарратив повышает достоверность и правдоподобность изложенной информации, что помогает адресанту совершить воздействие.

Риторический аспект диалогической коммуникации в рамках рассматриваемого дискурса направлен на повышение уровня осведомленности по актуальной теме или проблеме. Коммуникация здесь носит интенциональный, манипулятивный характер, адресант и адресат рассматриваются как смежная пара.

Проведенное исследование подтвердило правомерность суждения о формировании нового жанра интернет-дискурса – жанра повышения уровня общественной осведомленности по актуальной теме или проблеме («raising awareness»), соединившего в себе жанровые особенности социальной и политической рекламы, личного блога и автобиографического нарратива: в ходе исследования было замечено наличие общих жанровых характеристик у отобранных нами текстов о ментальном дискомфорте, которых предположительно должно быть достаточно для идентификации нового жанра интернет-дискурса.

Возможность комментирования постов позволяет подписчикам быть причастными к нарративу, делиться своим мнением и историями. Система хэштегов также является связующим звеном, формирующим систему нарративов (постов) и комментариев. Таким образом, любой коммуникативный процесс в рамках конкретно взятого поста, сопровождаемого комментариями или отдельными постами, связанными одинаковыми хэштегами, формирует определенный микродискурс.

Опираясь на симультанный характер и диалогичную природу интернет-коммуникации, в качестве дальнейших исследований предлагается рассмотреть комментарии к интернет-постам на тему ментального дискомфорта. Рассмотрение комментариев представляет интерес, так как подписчики имеют возможность влиять на процесс коммуникации в ленте, сменять траекторию темы и создавать безграничный нарратив, благодаря системе хэштегов и комментариев.

**БИБЛИОГРАФИЯ**

1. Абдулкадыров М. М. Коммуникативные стратегии и тактики в речевом жанре "миссия организации" (на материале английского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. №8-1 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-i-taktiki-v-rechevom-zhanre-missiya-organizatsii-na-materiale-angliyskogo-yazyka> (дата обращения: 24.03.2022).
2. Авеличев А. К. Возвращение риторики // Дюбуа Ж., Пир Ф., Тринон А. и др. Общая риторика. М., 1986. – 392 с.
3. Агапова С. Г., Полоян А. В. Интернет дискурс: основные жанры и особенности их исследования // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2016. N 4. С. 52-58.
4. Агурова, А. А. Слактивизм как явление в современной сетевой культуре / А. А. Агурова, А. В. Тихонова // Возможности и угрозы цифрового общества : Сборник научных статей / Под общ. ред. А.В. Соколова, А.А. Власовой. – Ярославль : Общество с ограниченной ответственностью "Аверс Плюс", 2018. – С. 3-6.
5. Алексеева А. О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: автореферат дис. ... канд. филол. наук, М. 2006. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/novye-interaktivnye-media-v-kontekste-teoriiinformatsionnogo-obshchestva> (дата обращения: 11.12.2021).
6. Андреева В. А. Позиции дискурса в современной лингвистике // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2015. №2. – С. 7-14.
7. Андреева В. А. Литературный нарратив: текст и дискурс. СПб., 2006. – С. 61-70.
8. Андреева В. А. Текстовые и дискурсные параметры литературного нарратива: автореф. дис. д-ра филол. наук. – СПб.: РГПУ, 2009. – 35 с.

9. Андреева К. А. Грамматика и поэтика нарратива: монография. – Тюмень: ТГУ, 1996. – 192 с.
10. Анохина Ю. М. Нарратив vs сторителлинг: прагматизация повествования в медиaprостранстве / Ю. М. Анохина, И. О. Щедрина // Инновационные технологии и подходы в межкультурной коммуникации, лингвистике и лингводидактике : Сборник научных трудов по материалам международной научной конференции, Барнаул, 18–20 октября 2018 года / Под редакцией И.Ю. Колесова. – Барнаул: Алтайский государственный педагогический университет, 2018. – С. 145-148.
11. Ануфриева Н. А. Блогосфера как открытое информационное пространство: опыт классификации / Н. А. Ануфриева // Поволжский педагогический поиск. – 2016. – № 1(15). – С. 81-84.
12. Анохина А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и digital storytelling в сетевых медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования, 2017. № 2 (24). С. 146.
13. Артемова Татьяна Викторовна, Катышев П. А. К вопросу об определении понятия "риторическая стратегия". Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2008. № 1 (1): в 2-х ч. Ч. I. С. 11-13.
14. Архарова Л. В. Риторика как социально-культурное явление // Философская школа. 2019. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ritorika-kak-sotsialno-kulturnoe-yavlenie> (дата обращения: 24.02.2022).
15. Баева Т. Т. О некоторых принципах риторического воздействия // Записки Горного института. 2008. – 166-171.
16. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / Бахтин М.М. — М.: Русские словари, 1996. – Т.5: Работы 1940-1960 гг. – С.159-206.
17. Василенко Т. В., Чертова А. А. Социальная реклама в «Инстаграме»: речевые средства воздействия на аудиторию // Социально-гуманитарные знания. – 2020. № 4. – С. 96-107.

18. Горбачева, Е. Н. Дискурсивная перформативность: признаки, типы, жанры: дис. ... канд. Филол.наук: 10.02.19 [Текст] / Е.Н. Горбачева – Астрахань, 2015. – 401 с.
19. Горошко Елена Игоревна, Жигалина Елена Александровна. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное // Вопросы психолингвистики. 2010. №12. С. 105-123.
20. Горошко Е. И., Землякова Е. А. Виртуальное жанроведение: становление теоретической парадигмы // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2011. №1-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnoe-zhanrovedenie-stanovlenie-teoreticheskoy-paradigmy> (дата обращения: 20.11.2021).
21. Горошко Е. И., Полякова Т. Л. К построению типологии жанров социальных медий // Жанры речи. – 2015. – № 2 (12). – С. 119-127.
22. Горошко Е. И. Инстаграм как жанр 2.0 (на примере политической коммуникации) / Е. И. Горошко, Т. Л. Полякова // Жанры речи = Speech Genres. – 2019. – № 4 (24). – С. 300-313.
23. Горошко Е. И. Интернет-коммуникация: проблема жанра // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. – Орел, 2006. – С. 165-175.
24. Даренский В. Ю. Нарративы самособирания «я» в художественной автобиографии // Международный журнал исследований культуры. 2013. №1 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/narrativy-samosobiraniya-ya-v-hudozhestvennoy-avtobiografii> (дата обращения: 19.02.2022).
25. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. — М.: Знак, 2010. — 600 с. — (Коммуникативные стратегии культуры).
26. Дивисенко К. С. Опыт структурно-семантического анализа автобиографического нарратива // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология:4М). 2013. № 36. С. 94-112.
27. Женетт, Ж. Повествовательный дискурс / Ж. Женетт // Фигуры: Работы по поэтике : в 2 кн Ж. Женетт.– М., 1998. – Кн. 2.



28. Зарецкая Е. Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. 5-е изд. М.: – Проспект, 2018. – 472 с.
29. Звада О. В. К вопросу об особенностях дискурса социальной рекламы / О. В. Звада, Л. В. Кузнецова // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2019. – Т. 1. – № 1. – С. 39-46.
30. Золина Г. Д. Языковые и жанровые особенности политического текста // Вестн. Адыгейского гос. ун-та. Сер.: Филология и искусствоведение. – 2009. – Вып. 4 (52). – С. 51-56.
31. Иванова Г. А. Использование кейс-технологий при формировании риторических умений в языковом образовании // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2012. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-keys-tehnologiy-pri-formirovanii-ritoricheskikh-umeniy-v-yazykovom-obrazovanii> (дата обращения: 03.02.2022).
32. Иванова Н. В. Визуализация, наглядность и визуальный нарратив на лекциях по лингвострановедению // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации. 2021. №XIII.
33. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. - М.: Едиториал УРСС, 2002. – 284 с.
34. Кабейн Оливия Фокс. Харизма. Как влиять, убеждать и вдохновлять. – М.: Альпина Паблишер, 2021. – 311 с.
35. Карасик В. И. Жанры сетевого дискурса // Жанры речи. 2019. № 1 (21). С. 49–55.
36. Кащей Н. А. Риторика и филология // Ученые записки НовГУ. 2020. №1 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ritorika-i-filologiya> (дата обращения: 01.02.2022).
37. Климова Г. Л. Особенности изменения риторики, культуры общения, и поведения в эпоху цифровых технологий // Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение: сб. статей

- XXII международной научной конф. (30 января – 1 февраля 2019 г.). – М.: Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина, 2019. – С. 124-130.
38. Климова, Г. Л. Тенденции изменений профессиональной риторики и информационной культуры в условиях цифровизации коммуникативных отношений / Г. Л. Климова // Риторические традиции и коммуникативные процессы в эпоху цифровизации : Материалы XXIII Международной научной конференции, Москва, 06–08 февраля 2020 года / Под общей редакцией Ч.Б. Далецкого, А.Ю. Платко. – Москва: Московский государственный лингвистический университет, 2020. – С. 338-345.
39. Кожокина Ангелина Викторовна Дискурсивный анализ причинной ситуации (на материале английского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnyy-analiz-prichinnoy-situatsii-na-materiale-angliyskogo-yazyka> (дата обращения: 24.03.2022).
40. Кожокина А. В. Синкретизм выражения причинно-следственного и знакового отношений: автореф. дис. канд. филол. наук. СПб., 2009. 17 С.
41. Концевая Наталья Александровна. Влияние пандемии на отношение аудитории к коммуникатору // Филология: научные исследования. 2021. №8.
42. Красина, Е. А. Дискурс, высказывание и речевой акт [Текст] / Е.А. Красина // Вестник Российского ун-та дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2016. – Т. 20. – № 4. – С. 91-102.
43. Кузнецова Н. В. Структура и стилистика языковых средств в текстах интернет-форумов: автореф. дис.... канд. филол. наук. Тюмень, 2008.
44. Лазарева Э. А. Рекламный дискурс: стратегии и тактики [Электронный ресурс] Э. А. Лазарева. – Режим доступа: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/29640/1/lazareva\\_2003.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/29640/1/lazareva_2003.pdf) (дата обращения: 02.12.2021).
45. Лысенкова М. Ф. Особенности политической интернет-рекламы // Политика и общество №2 (86). 2012. С. 32-37.

46. Магнес Н. О. Структура устного бытового повествования и специфика ее гендерной реализации: автореф. дис. канд. филол. наук. – СПб.: СПбГУ, 1999. – 22 с.
47. Мандель Б. Р. Современный русский язык: углубленное изучение истории, теории, культуры речи : Книга 1 – М.: Директ-Медиа, 2017 – 437 с.
48. Маньковская З. В. Стратегии речевого воздействия (на материале английских и американских публичных выступлений по проблемам защиты леса и охраны окружающей среды): уч. пособие. М.: ГОУ ВПО МГУЛ, 2008. 106 с.
49. Митягина В. А., Сидорова И. Г. Жанры персонального интернет-дискурса: коммуникативные экспликации личности // Жанры речи. 2016. №2. С. 105–115.
50. Митягина В. А. Интернет-комментарий как коммуникативное действие // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвуз. Сб. науч. тр. Вып. 10 / Отв. ред. А. Г. Пастухов. Орел : ФГБОУ ВПО «ОГИИК», ООО «Горизонт», 2012. С. 188–197.
51. Мозжегоров С. В. (2013) Методологические основания сторителлинга в контексте исследования личностных нарративов. Социология 4М: Методология, Методы, Математическое Моделирование, 37: 104–125.
52. Мухтаров М. М. Тактики политического маркетинга как междисциплинарная область знаний // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. №2-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/taktiki-politicheskogo-marketinga-kak-mezhdistsiplinarnaya-oblast-znaniy> (дата обращения: 20.02.2022).
53. Начёрная С. В. Теория аргументации в рамках «общей риторики»: системность или неопределенность отношений // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. 2012 №2 (13). С. 111-113.
54. Некрасова Е. В. Нарратив как модель понимания литературного текста // Вестник НГУ. Серия: Психология. Том 7, выпуск 1, 2013. С. 21-22.

55. Нефёдова Лилия Амирянвна, Любавина Анастасия Юрьевна Роль репрезентативного речевого акта в агитационном тексте политического характера // Вестник ИГЛУ. 2009. №1 (5). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-representativnogo-rechevogo-akta-v-agitatsionnom-tekste-politicheskogo-haraktera> (дата обращения: 01.04.2022).
56. Пугачева Е. Ф. Эволюция систем и средств выражения каузальных отношений в языке английской научной прозы XVIII-XX вв.: дис. ... канд. филол. наук / Е.Ф. Пугачева. М., 1996.
57. Рождественский Ю.В. Теория риторики : учеб. пособие / Ю. В. Рождественский; Под ред. В. И. Аннушкина. – 4-е изд., испр. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 512 с.
58. Романов, А. А. Притяжение перформатива. Очерки по теории перформативности от Дж. Остина до наших дней [Текст] / Романов А. А., Л. А. Романова. – М. : Инт языкознания РАН, «АгросферА» Тверской ГСХА, 2009. – 156 с.
59. Россолова, О. А. Перформатив как координатор коммуникативного взаимодействия и средство адресованности: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. [Текст] – Петропавловск-Камчатский, 2008. – 194 с.
60. Рюмшина, Л.И. Манипулятивные приёмы в рекламе. – М.: Март, 2004. – 240 с.
61. Сапогова Е. Е. Автобиографический нарратив в контексте культурно исторической психологии. Культурно-историческая психология 2/2005. С. 63-74.
62. Седов К. Ф. Языкознание. Речеведение. Генристика // Жанры речи: Сб. науч. статей. – Саратов: Изд. центр «Наука», 2009. – Вып. 6. Жанр и язык. – С. 210-223.
63. Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть,

- комментарий): дис. Кандидата филологических наук. Волгоградский государственный университет, Волгоград, 2014.
64. Синельникова Л. Н. Речевой акт: от обязательного минимума к дискурсивному максимуму // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoy-akt-ot-obyazatel'nogo-minimuma-k-diskursivnomu-maksimumu> (дата обращения: 08.04.2022).
65. Скляр Н. В., Тамбовцева Д. А. Нарративные стратегии в автобиографиях М. Райх-Райницкого "Моя жизнь" и "Сейчас" К. Х. Борера // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2018. №2 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/narrativnyye-strategii-v-avtobiografiyah-m-rayh-raynitskogo-moya-zhizn-i-seychas-k-h-borera> (дата обращения: 22.01.2022).
66. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 180–186.
67. Столярова Е. В. Стратегии и тактики агитационного текста (на примере региональных СМИ) // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. №15. – 2010. С. 134-141.
68. Сушко В.А. Концепции социальных сетей в современных социологических теориях // Социология. 2019. №1. С.92-100.
69. Сысоев, В. А. Особенности фреймовой структуры речевых актов в художественном дискурсе [Текст] / В. А. Сысоев // Современная лингвистическая ситуация в международном пространстве: сб. материалов Международной научно-практической конференции. – Том 1. – Тюмень, 2010. – С. 268-271.
70. Тетюев, Л. И. Теоретические основы этики дискурса (Кант, Хабермас, Апель) / Л. И. Тетюев // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. – 2017. – Т. 11. – № 4. – С. 81-85.

71. Турушева Ю. Б. Нарратив как культурный медиатор развития личности: взгляд сквозь призму культурно-исторической психологии // Культурно-историческая психология. 2016. Т. 12. № 2. С. 24-32.
72. Тюпа В. И. Актуальность новой риторики для современной гуманитарной науки // Коммуникативные стратегии культуры и гуманитарные технологии. СПб., 2007. С. 9-74.
73. Угро А. В. Виртуальное жанроведение: в поисках жанра // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2018. С. 168-172.
74. Ушникова Эмилия Александровна, Ушникова Ольга Валентиновна Особенности функционирования категории времени в нарративе // Вестник ЗабГУ. 2010. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-kategorii-vremeni-v-narrative> (дата обращения: 21.02.2022).
75. Фёдоров В. В. Проблемы и перспективы изучения нарративной коммуникации в электронном медиадискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. 11 (407). Филологические науки. Вып. 109. С. 61-66.
76. Федосеева Елена Викторовна Дискурсивная креативность пишущего в риторически модифицированном массмедийном дискурсе // Вестник ИрГТУ. 2013. №1 (72). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnaya-kreativnost-pishuschego-v-ritoricheski-modifitsirovannom-massmediynom-diskurse> (дата обращения: 24.01.2022).
77. Хутыз И. П. Сторителлинг в лекционном дискурсе // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки, 2019. Т. 10, № 2. С. 64.
78. Чернышова Т. В. Методы анализа речевых актов: возможности и проблемы использования в лингвоэкспертной и судебной практике // Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований. 2019. №XV. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody>

- analiza-rechevyh-aktov-vozmozhnosti-i-problemy-ispolzovaniya-v-lingvoekspertnoy-i-sudebnoy-praktike (дата обращения: 24.01.2022).
79. Шапиро Элина Диаматовна Выражение причинно-следственных отношений в сложноподчиненных предложениях разных типов // Вестник ЧГУ. 2008. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyrazhenie-prichinno-sledstvennyh-otnosheniy-v-slozhnopodchinennyh-predlozheniyah-raznyh-tipov> (дата обращения: 13.04.2022).
80. Шляховой Д. А. Жанровые характеристики блогов как электронных средств массовой коммуникации // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovye-harakteristiki-blogov-kak-elektronnyh-sredstv-massovoy-kommunikatsii> (дата обращения: 23.12.2021).
81. Шмаков А. А. Цифровая риторика на службе у местной власти: проблемы и перспективы / А. А. Шмаков // Русская речевая культура и текст : Материалы XI Международной научной конференции, Томск, 22–23 октября 2020 года / Под общей редакцией Н.С. Болотновой. – Томск: Томский центр научно-технической информации, 2020. – С. 20-25.
82. Шмид В. Нарратология. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – 312 с.
83. Щипицина Л. Ю. Жанры компьютерноопосредованной коммуникации. Архангельск : Поморский ун-т, 2009. 238 с.
84. Щурина Ю. В. Жанровое своеобразие социальной сети Instagram // Жанры речи. 2016. №1. С. 156–168.
85. Щурина Ю. В. Речевые жанры русскоязычного сегмента социальной сети Instagram // Жанры речи. 2020. № 2 (26). С. 155–165.
86. Anderson, D. Storytelling Manipulation of the Audience - Learn How to Skyrocket Your Personal Brand and Online Business Using the Power of Social Media Marketing, Including Instagram, Facebook and YouTube. 2019. – P. 109.

87. Armstrong, D. *Managing by Storying Around: A New Method of Leadership*. N.Y., 1992. – P. 272.
88. Boyle, C., James J. Brown Jr. & Steph Ceraso (2018) *The Digital: Rhetoric Behind and Beyond the Screen*, *Rhetoric Society Quarterly*, 48:3, P. 251-259.
89. Crawley, S. L. *When Coming Out is Redundant: On the Difficulties of Remaining Queer and Theorist after Coming Out in the Classroom // Feminism & Psychology*. 2009. Vol. 19(2). P. 210–212.
90. Crowston, K. (2010). “Internet Genres”, in *Encyclopedia of Library and Information Sciences*, 3rd ed., Bates and Niles Maak (eds), CRC Press, Boca Raton, FL, av. at: <http://crowston.syr.edu/content/internet-genres> (accessed 17.11.2021).
91. Eyman, D. *Digital rhetoric : theory, method, practice / Douglas Eyman — (Digital humanities)*. University of Michigan Press. 2015. 163 p.
92. Ewick, P. *Subversive Stories and Hegemonic Tales: Toward a Sociology of Narrative // Law & Society Review. // Susan Silbey. Patricia Ewick*. 1995. Vol. 29. No. 2. P. 197–226.
93. Langellier, K. M. *Storytelling in daily life: Performing narrative / K.M. Langellier, E.E. Peterson*. – Philadelphia, PA : Temple University Press, 2004.
94. Lanham, R. A. “Digital Rhetoric and the Digital Arts.” *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*. Chicago: U of Chicago P, 1993. P. 29–52. Print.
95. Leaver, T., Highfield, T., Crystal, A. *Instagram. Visual Social Media Cultures*. Polity Press. 2020. – P. 297.
96. Reinking, J. A., Osten, R. *Strategies for successful writing. A Rhetoric, Research Guide, Reader and Handbook*. Eight Edition. Pearson. Prentice Hall.
97. Sayers, R. *Principles of Awareness-Raising. Communication and Information (CI)*, UNESCO, 2006 – 124 p.
98. Schiffrin, D. *In Other Words: Variation in Reference and Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press. – 2006. – P. 321.



99. Skehave, I., Nielsen, A. What are the Characteristics of Digital Genres? – Genre Theory from a Multimodal Perspective. Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences. 2005. P. 120-141.
100. Welch, K. E. Electric Rhetoric: Classical Rhetoric, Oralism, and a New Literacy. Cambridge: MIT P, 1999. Print.

### **Источники справочного характера**

101. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
102. Всемирная организация здравоохранения: URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response> (дата обращения: 12.10.2021).
103. Организация Объединенных Наций: URL: <https://news.un.org/ru/story/2009/09/1150311> (дата обращения: 11.01.2022).

### **Материалы исследования**

104. URL: <https://www.instagram.com/p/CAVBPnsDMuT/> (accessed 03.11.2020)
105. URL: <https://www.instagram.com/p/CZsDUn6lPQp/> (accessed 09.02.2022)
106. URL: <https://www.instagram.com/p/CZFZ16IFSIR/> (accessed 25.01.2022)
107. URL: <https://www.instagram.com/p/CUC678TFnjz/> (accessed 30.09.2021)
108. URL: <https://www.instagram.com/p/CTQWBOOFUmM/> (accessed 12.11.2021)
109. URL: <https://www.instagram.com/p/CGKjUColShU/> (accessed 15.11.2020)
110. URL: <https://www.instagram.com/p/Cafx26aPISO/> (accessed 28.02.2022)
111. URL: <https://www.instagram.com/p/CaFhx0DuuAj/> (accessed 20.02.2022)
112. URL: <https://www.instagram.com/p/CZrrhm8Lz-D/> (accessed 08.02.2022)
113. URL: <https://www.instagram.com/p/CUF0lG5LrxJ/> (accessed 26.09.2021)
114. URL: <https://www.instagram.com/p/CR6x5nAopyV/> (accessed 16.08.2021)
115. URL: <https://www.instagram.com/p/CGIezG7jNrO/> (accessed 17.11.2020)

116. URL: <https://www.instagram.com/p/CZ2WRIDPPWK/> (accessed 13.02.2022)
117. URL: <https://www.instagram.com/p/CT0rjJCnum/> (accessed 04.10.2021)
118. URL: <https://www.instagram.com/p/CSc4jS0MITn/> (accessed 15.08.2021)
119. URL: <https://www.instagram.com/blessingmanifesting/> (=2, accessed 31.10.2021)
120. URL: <https://www.instagram.com/p/CUUWiO6ghtz/> (accessed 05.10.2021)
121. URL: <https://www.instagram.com/p/CUHdSN9KGvM/> (accessed 05.10.2021)
122. URL: <https://www.instagram.com/p/BwDlz5MBBpc/> (accessed 08.04.2021)
123. URL: <https://www.instagram.com/p/CN2d8yXB4Fo/> (accessed 02.05.2021)
124. URL: <https://www.instagram.com/p/CUEBLbMLaQU/> (accessed 03.10.2021)
125. URL: <https://www.instagram.com/p/CUBtf9eFizS/> (accessed 03.10.2021)
126. URL: <https://www.instagram.com/p/CTii1ZZLQLz/> (accessed 03.10.2021)
127. URL: <https://www.instagram.com/p/CQgx0SEA7Xi/> (accessed 10.07.2021)
128. URL: [https://www.instagram.com/p/CQJbam\\_AUCQ/](https://www.instagram.com/p/CQJbam_AUCQ/) (accessed 10.07.2021)
129. URL: <https://www.instagram.com/p/CPOenCXgcAO/> (accessed 10.07.2021)
130. URL: <https://www.instagram.com/p/CVOL6E4ArPt/> (accessed 04.11.2021)
131. URL: <https://www.instagram.com/p/CULDVY3rdhh/> (accessed 29.09.2021)
132. URL: <https://www.instagram.com/p/CHqV8rFAGZ1/> (accessed 27.11.2021)
133. URL: <https://www.instagram.com/p/CNG7q1IDLiK/> (accessed 03.06.2021)
134. URL: <https://www.instagram.com/p/CM0JpRbDJy6/> (accessed 03.06.2021)
135. URL: <https://www.instagram.com/p/CX8YrQJFD5X/> (accessed 28.12.2021)
136. URL: [https://www.instagram.com/p/CX1xo\\_vBwT2/](https://www.instagram.com/p/CX1xo_vBwT2/) (accessed 28.12.2021)
137. URL: <https://www.instagram.com/p/CZbV59itBA0/> (accessed 03.02.2022)
138. URL: <https://www.instagram.com/p/CWxjxHQVnDK/> (accessed 03.02.2022)
139. URL: <https://www.instagram.com/p/CZnTKvnnIsA/> (accessed 08.02.2022)
140. URL: <https://www.instagram.com/p/CZoT068sxs-/> (accessed 08.02.2022)
141. URL: <https://www.instagram.com/p/CZmIwn1N9jS/> (accessed 08.02.2022)
142. URL: <https://www.instagram.com/p/CZmOHnZuxH9/> (accessed 08.02.2022)
143. URL: <https://www.instagram.com/p/CZnSBDtB0O3/> (accessed 08.02.2022)
144. URL: <https://www.instagram.com/p/CXY0IyKFh4r/> (accessed 15.12.2021)

145. URL: <https://www.instagram.com/p/CTNLAcFl1IR/> (accessed 03.10.2021)
146. URL: [https://www.instagram.com/p/CZXfRF\\_hKfr/](https://www.instagram.com/p/CZXfRF_hKfr/) (accessed 03.02.2022)
147. URL: <https://www.instagram.com/p/CZmsPnPp0Zr/> (accessed 08.02.2022)
148. URL: [https://www.instagram.com/p/CZVMaYAP65\\_/](https://www.instagram.com/p/CZVMaYAP65_/) (accessed 03.02.2022)
149. URL: <https://www.instagram.com/p/CZFuN-vvL71/> (accessed 03.02.2022)
150. URL: <https://www.instagram.com/p/CY9nPvSP9CS/> (accessed 03.02.2022)
151. URL: <https://www.instagram.com/p/CTCYMlnLhIV/> (accessed 01.09.2021)
152. URL: <https://www.instagram.com/p/CQODan-HX19/> (accessed 01.09.2021)
153. URL: <https://www.instagram.com/p/CaiPJ0Vvqim/> (accessed 28.02.2022)
154. URL: <https://www.instagram.com/p/CU8IhtLqPTa/> (accessed 24.10.2021)
155. URL: <https://www.instagram.com/p/Caf1sW0Pfr-/> (accessed 28.02.2022)
156. URL: <https://www.instagram.com/p/Cag2HU9BfAR/> (accessed 28.02.2022)
157. URL: <https://www.instagram.com/p/CT7nk7CFGql/> (accessed 29.09.2021)
158. URL: <https://www.instagram.com/p/CUsP5zRL27W/> (accessed 31.10.2021)
159. URL: <https://www.instagram.com/p/CTmWGxBJD7m/> (accessed 29.09.2021)
160. URL: <https://www.instagram.com/p/CTmFS-phgn3/> (accessed 29.09.2021)