

Особенности самопрезентации раковых больных в социальной сети «Инстаграм»

В. Г. Силантьева¹✉, А. В. Кожокина²

¹Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

²Российский государственный университет им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия

✉silvercom@rambler.ru

Введение. Целью статьи является исследование того, как раковый дискурс может преобразовываться под влиянием жанрового своеобразия онлайн-коммуникации. Актуальность данного исследования состоит в том, что люди с диагнозом «рак» все чаще критикуют некоторые аспекты медийного образа ракового больного, используемые в социальной коммуникации. Новизна исследования заключается в том, что мы обращаемся к виртуальным нарративам людей, которые принадлежат общностям, чья деятельность направлена на ревизию стандартных коммуникативных ситуаций, связанных с раком.

Методология и источники. Для реализации заявленной цели был выбран комплексный подход, включающий в себя кластерный, статистический, лексико-семантический, структурно-синтаксический виды анализа, а также метод идентификации метафор в дискурсе. Комбинированный анализ позволил выявить в рассматриваемых нарративах инстаграм-блогеров Ники Ньюман и Лоры Хью как лексические маркеры ракового дискурса, так и жанровые маркеры интернет-коммуникации.

Результаты и обсуждение. Результаты исследования дают основание утверждать, что нарративы раковых больных, опубликованные в «Инстаграм», отличаются от других текстов о раке. Блогеры стремятся поддерживать постоянную коммуникацию с большим количеством людей одновременно, поэтому их тексты призваны развлекать, быть адресными и разнообразными по тематике. Рассказывая о своей жизни с диагнозом, блогеры транслируют медийный образ позитивного человека. В нарративах, выбранных для данного исследования, практически не встречаются примеры реализации концепта CANCER-WAR. Основные способы концептуализации рака: CANCER-CONSPIRACY, CANCER-JOURNEY, CANCER-COHABITANT.

Заключение. Статистический анализ корпуса английского языка, с целью выявления знаменательных единиц, используемых в минимальном контексте лексемы «cancer», не дает полного представления о раковом дискурсе. Необходима детализация полученных данных, поэтому следует учитывать жанровое своеобразие «раковых» нарративов.

Ключевые слова: раковый дискурс, конкордансеры, интернет-коммуникация, концептуальная метафора, жанровые маркеры, метод идентификации метафор.

Для цитирования: Силантьева В. Г., Кожокина А. В. Особенности самопрезентации раковых больных в социальной сети «Инстаграм» // ДИСКУРС. 2020. Т. 6, № 6. С. 99–112. DOI: 10.32603/2412-8562-2020-6-6-99-112



Конфликт интересов. О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

Поступила 18.06.2020; принята после рецензирования 10.07.2020; опубликована онлайн 25.12.2020

Cancer Narratives in Instagram: Self-presentation of Cancer Patients

Veronika G. Silantieva^{1✉}, Angelina V. Kozhokina²

¹*Saint Petersburg State University, St Petersburg, Russia*

²*Herzen State Pedagogical University, St Petersburg, Russia*

✉silvercom@rambler.ru

Introduction. The paper aims to establish whether cancer discourse can alter when being communicated via social networks. We supposed that every platform has intrinsic characteristics which might affect the way certain topics are being delivered. Because there has been much criticism from the cancer community about the media representation, we decided to observe what might be called an alternative discourse of cancer of social networks. Therefore, we chose to review Instagram accounts of two cancer influencers, who aspire to revise existing stereotypes about people with an incurable disease.

Methodology and sources. The chosen methodology includes the statistical concordance analysis, Metaphorical Identification Procedure (MIP), structural semantic and syntactic studies of two narratives organized as a minicorpus. The combined approach was employed to reveal lexical markers of both cancer discourse and Instagram narratives in the narratives of two Insta influencers Nicky Newman and Laura Hughes.

Results and discussion. The results of the study suggest that Instagram narratives of cancer patients differ from other texts about cancer. Bloggers strive to maintain constant simultaneous communication with a large number of people; therefore, their texts are designed to be entertaining, involving and diverse in subject matter. When narrating about their life with the cancer diagnosis, bloggers broadcast a positive media image of a happy-go-lucky person. In the narratives chosen for this study, there is hardly an example of the CANCER-WAR metaphor. The main ways of conceptualizing cancer are the CANCER-CONSPIRACY, CANCER-JOURNEY, CANCER-COHABITANT metaphors.

Conclusion. Quantitative analysis of the English language corpus aimed at identifying key words and concordances of the lexeme "cancer", does not help fully define the cancer discourse. It is necessary to further research into the obtained data. Consequently, it is necessary to take into account the genre of "cancer" narratives.

Key words: cancer discourse, concordances, online communication, conceptual metaphor, genre markers, Metaphorical Identification Procedure (MIP), LCCM theory.

For citation: Silantieva V. G., Kozhokina A. V. Cancer Narratives in Instagram: Self-presentation of Cancer Patients. DISCOURSE. 2020, vol. 6, no. 6, pp. 99–112. DOI: 10.32603/2412-8562-2020-6-6-99-112 (Russia).

Conflict of interest. No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 18.06.2020; adopted after review 10.07.2020; published online 25.12.2020

Введение. Совершенствование методов лечения рака, а также развитие паллиативной медицины привело к увеличению продолжительности жизни раковых больных. Бóльшее число людей живут с неизлечимым заболеванием и даже имеют возможность активно

участвовать в социальной коммуникации. Молодые раковые больные до 45 лет объединяются в виртуальные коммуникативные общности [1, с. 23], нацеленные не только на поддержку и информирование пациентов, но и на осуществление просветительской деятельности, т. е. адресуют свои тексты широкой аудитории. При этом наличие обратной связи в социальных сетях в виде комментариев других больных и сторонних наблюдателей способствует формированию виртуального ракового дискурса.

Актуальность данного исследования связана с тем, что работы, анализирующие нарративы блогеров, страдающих раковыми заболеваниями, способствуют усовершенствованию медицинского дискурса. Не случайно статьи с результатами исследований нарративов больных раком публикуются не только в журналах гуманитарной направленности, но и в медицинских изданиях (BMC Palliative Care, The Oncologist, Current Oncology). Таким образом, врачи, медсестры и психологи могут наладить коммуникацию со своими пациентами, учитывая их потребности и пожелания.

Новизна исследования определяется его объектом: анализируются нарративы, размещенные в социальной сети «Инстаграм», которая обычно используется для маркетинговых целей. Прескриптивы или назидательные послания морального плана [2, с. 51], ожидаемые при осуществлении просветительской деятельности, не отождествляются с развлекательным контентом «Инстаграм». Новым в работе является также и предмет исследования. Обзор научной литературы по интересующей нас теме показал, что исследования ракового дискурса в основном сосредоточены на выявлении концептуальных метафор. При этом в качестве объекта исследования выступают либо нарративы пациентов [3], либо корпус [4]. Единственная работа, посвященная анализу особенностей ракового дискурса в сети Интернет, рассматривает платформы без учета их жанровой специфики [5]. Нас же интересуют особенности виртуального дискурса о раке: каким образом коммуникативная ситуация в рамках выбранной темы определяется жанровыми маркерами социальной сети.

Цель нашего исследования состояла в том, чтобы соотнести общие положения о раковом дискурсе, не дифференцируемые с точки зрения модуса, в котором осуществляется обсуждение темы рака, с нарративами блогеров, публикуемыми в социальных сетях. Более того, мы предположили, что целесообразнее рассматривать блоги, учитывая жанровую специфику платформ, на которых размещаются интересующие нас нарративы. Очевидно, что социальные сети обладают набором жанровых характеристик компьютерно-опосредованного дискурса, но в то же время «Фейсбук», «Твиттер», «Инстаграм» предлагают свой формат. Одним из подтверждений этой гипотезы является то, что блогеры, чьи нарративы были выбраны для данного исследования, ведут аккаунты на нескольких платформах одновременно и пишут разные тексты, посвященные одному и тому же событию в сети «Фейсбук» и «Инстаграме».

Методология и источники. Для данного исследования был составлен микрокорпус текстов интересующей нас темы и жанра. Мы выбрали два инстаграм-аккаунта раковых пациентов и проанализировали их посты за 2019–2020 гг. Блогеры приблизительного одного возраста (30 и 32 года соответственно), живут с неизлечимым заболеванием «вторичный рак груди», диагностированным в 2018 г. В качестве критериев отбора блогеров помимо сходных анамнезов учитывались следующие параметры: наличие не менее 5000 подписчиков; проживание в одной стране (Великобритании); их знакомство между собой;

участие хотя бы в одной тематической группе, сообществе или благотворительной организации, связанной с проблемами раковых больных; ежедневная активность в сети. Мы считаем, что соответствие этим критериям означает принадлежность блогера к коммуникативной общности и его участие в формировании ракового дискурса.

Анализ осуществлялся в несколько этапов. Посты блогеров за выбранный период, сформированные в отдельные текстовые документы, мы пропустили через программу поиска конкордансов (Simple Concordance Program 4.0.9). Такой подход применяется для выявления лексико-стилистических маркеров жанров интернет-коммуникации [6, с. 220]. Этот метод корпусной лингвистики был использован для того, чтобы определить частотные словоформы и коллокации в больших текстовых массивах (около 15 000 слов каждый), не учитывая интуитивных представлений исследователей. Рассмотрев ключевые слова, мы смогли сделать выводы о идеостиле инстаграм-блогеров.

Второй этап анализа позволил выявить метафорические выражения с лексемой «cancer» в нарративах блогеров. К словам, которые встречались в минимальном контексте слова «cancer», мы применили метод определения метафор в дискурсе (Metaphorical Identification Procedure), предложенный исследователями Pragglejaz Group [7]. Согласно MIP-анализу, значение каждого слова рассматривается как потенциально метафорическое, если оно не совпадает с его базовым значением, понимаемым как наиболее простое, конкретное, доступное для чувственного восприятия, но не обязательно частотное или архаическое [7, с. 2]. Нашей задачей было определить соотношения новых и известных метафорических выражений для рака, поэтому полученные данные мы соотнесли с результатами исследований концептуальных метафор рака [8–10]. Мы распределили метафоры по четырем основным категориям, предлагаемым во всех изученных работах по интересующей нас теме: метафоры войны, метафоры путешествия, метафоры структуры и конспирологические метафоры. Также мы обсудили те метафорические выражения, которые исследователи не выделяют в общем корпусе.

Наконец нарративы были проанализированы с точки зрения их структурных и синтаксических особенностей. Мы рассмотрели грамматические времена, наиболее частотные служебные слова, дискурсивные маркеры и дейктические наречия, а также описали особенности пространственной организации постов. Такой комплексный подход позволил охарактеризовать личностное коммуникативное поведение или авторские стратегии блогера в рамках стандартной коммуникативной ситуации ведения Инстаграм-блога по определенной тематике.

Результаты и обсуждение. Сегодня на инстаграм-блоги Ники Ньюман (Nicky Newman/NickNackLou [11]) и Лоры Хьюз (Laura Henrietta Hughes/BaldBooblessAndBeautiful [12]) подписаны 15 500 и 7126 аккаунтов соответственно. Общее количество публикаций на странице Ники составляет 287 текстов, на странице Лоры – 1355. Лора Хьюз размещает посты регулярно, ее тексты всегда состоят из минимум двух абзацев. Тексты постов Ники Ньюман преимущественно небольшие, она чаще записывает видеопослания. При этом с момента знакомства Лоры и Ники в 2018 г. на странице Лоры Хьюз увеличивается количество публикаций, посвященных раку, в то время как Ники Ньюман начинает писать более пространственные посты.

Текстовый файл с публикациями Ники Ньюман за последний год насчитывает 13 727 единиц, в то время как нарратив Лоры Хьюз за аналогичный период составляет 15 420

лексем. Конкордансер выявил в текстах Ники Ньюман 2334 ключевых слова, в текстах Лоры Хьюз – 2328.

Наиболее частотные лексемы, употребляемые в нарративах Ники Ньюман и Лоры Хьюз, – личные местоимения, что соответствует не только представлениям об эгоцентричности интернет-коммуникации, но и специфике авторской интенции: рассказ о личном опыте с целью просвещения и поиска поддержки. Неслучайно Лора Хьюз в трети случаях из девяноста сопровождает слово «cancer» местоимением «*my*».

Вторым по частотности личным местоимением в нарративе Ники Ньюман оказалось местоимение «*ты/вы*» «*you*», которое в большинстве случаев адресовано всей аудитории блогера одновременно: <*you x 10k gang10k/вы, вся десяти тысячная команда*>; <*over to you gang/вам, моя команда*>; <*without you my gang/без вас, моя команда*>; <*you wonderful hoomans/вы, замечательные люди*>; <*you incredible hoomans/вы, невероятные люди*>; <*thank you all/спасибо вам всем*>; <*to you all/всем вам*>; <*I love you all/я люблю вас всех*>; <*I want to meet you all/я хочу со всеми вами познакомиться*>. Аппелятивность в целом свойственна интернет коммуникации социальных сетей. Привлечение новых подписчиков дает возможность не только укрепить свой статус как инфлюенсера, человека, влияющего на общественное мнение, но и возможность зарабатывать на рекламных контрактах.

Лора Хьюз употребляет местоимение «*ты/вы*» значительно реже, чем Ники Ньюман. Более того, во многих примерах местоимение «*you*» не обращено аудитории, а используется в неопределенном обобщенном значении: <*the wind is something you cannot control/ветер невозможно контролировать*>; <*a land where you leave your worries behind/место, в котором можно забыть о тревогах*>; <*there was laughter everywhere you looked/повсюду звучал смех*>; <*if you don't ask you don't get/не попросишь-не получишь*>.

Третьим по частотности употребления личным местоимением в нарративе Ники Ньюман является местоимение «*мы*» «*we*». В данном случае оно не только нацелено на солидаризацию с читателем поста, но и маркирует принадлежность автора к общности под названием «люди с неизлечимым раком груди»: <*how much Cancer Research UK do for us cancer bods/сколько всего полезного для нас, людей с раком делают исследователи*>; <*to get these treatments to us cancer bods/чтобы обеспечить нас, больных раком лечением*>; <*T C B Sums up us cancer bods/общество «настоящие тела» объединяет нас, больных раком*>. Лора Хьюз использует местоимение «*we*» даже чаще, чем Ники Ньюман. Учитывая выше приведенную информацию об употреблении местоимения «*you*», можно предположить, что Ньюман в большей степени солидаризируется со своей аудиторией, чем апеллирует к ней.

В микрокорпусе, составленном из постов Ники Ньюман, мало примеров использования местоимения «*они*» «*they*». Обычно «*они*» относятся к медицинским работникам «*nurses/my nursing team/wonder women*», «*trainee therapists*», которые заботятся и выполняют свою работу (*take care, did an amazing job*), к чувствам «*thoughts and feelings*», которые нужно принимать (*are valid*), к груди «*boobs*», которую нужно проверять (*show, check*), к компаниям «*companies*», которые не осуществляют надлежащего финансирования исследований, но зарабатывают деньги на репрезентации раковых больных (*make money*), людям «*people*», которые враждебны или имеют то, чего нет у блогера (*look, beeline, have a baby, are allowed to grow*), друзьям и родственникам «*friends and family*», которые не понимают переживаний блогера, но хотят ей помочь (*don't understand, support*).

Местоимение «they», применяемое к людям, соотносится с теми, кого блогер причисляет к внешнему кругу доверия. Чаще медицинские сотрудники или люди из ближнего окружения не обозначаются местоимением «they», их Ники называет «bod/bods» (5/4), «gang» (30), «hoomans/hooman» (19/3), «peeps» (2). Само слово «people» употребляется семь раз и в основном применяется к людям, которые не относятся к общности, не понимают блогера или к людям в целом: <that would make **people** ask what does your tattoo mean/и люди начнут спрашивать, что значит эта татуировка>; <now I might upset a few **people** here/возможно, кому-то не понравится, что я скажу>; <I want **people** to see you can live well with incurable cancer/я хочу, чтобы люди поняли, что можно жить и с неизлечимым заболеванием>.

Примерно так же используется местоимение «they» в текстах Лоры Хьюз. Единственным отличием является то, что блогер не маркирует личным местоимением людей, которые не вызывают доверия: <**they** are more cautious/они более бдительны>; <whilst **they** took my blood and pee samples/тем временем они взяли у меня анализы мочи и крови>; <there may be the chance **they** can rid my body of cancer/возможно им удастся избавить меня от рака>; <as **they** can usually get my veins/поскольку обычно они находят вену>; <**they** help with the daily irritation/они помогают в случае ежедневного раздражения>. В основном местоимение употребляется анафорически, что определяет более плавное развертывание нарратива: сначала Лора называет людей, о которых пойдет речь: «nurses», «doctors», «scientists», «researchers», а затем продолжает повествование, оставляя их в качестве акторов. Существительное «people» (14) употребляется во всех случаях обобщенно, зачастую не обозначает субъектов, а экспириенсеров и пациенсов.

В нарративе Ники Ньюман местоимение «it» встречается чаще, чем местоимение «they», однако в большинстве случаев речь идет о структурной единице, формальном подлежащем (241 из 251). Нами было выявлено только десять примеров референциального употребления «it»: «October», «fact», «post», «prognosis», «tattoo» (2), «story», «donation», «living», «body». Лора Хьюз, напротив, употребляет «it» анафорически в 51 случае из 229, в основном заменяя личным местоимением такие существительные как «cancer» (12), «treatment» (5), «hair» (5), «life» (3), «day» (3), «pain» (2), «temperature» (2), «symptom» (2), «fun» (2), «condition», «event» (2), «dress», «loss», «celebration» (2), «experience» (2), «estrogen», «menopause», «vagina», «wedding», «list», «progression». Использование личного местоимения «it» в нарративе Лоры Хьюз так же свидетельствует о плавном характере ее повествования. Сводные данные о частоте употреблений личных местоимений в текстах инстаграм-блогов Ники и Лоры приводятся в табл. 1.

Таблица 1. Личные местоимения
Table 1. Personal Pronouns

Personal pronouns	Nicki Newman	Laura Hughs
I/my/me	506/209/103	592/302/155
You/your	296/91	120/47
We/our/us	126/45/37	138/38/52
They/their/them	36/12/19	34/14/21
It/its	10/2	51/4

Указательные местоимения в текстах Ники Ньюман распределились следующим образом: «that» (70) и «this» (115). В двенадцати примерах местоимение «that» соотносится с

неприятными явлениями или событиями, от которых блогер хочет дистанцироваться: <**that** mood will flip 180/такое настроение пройдет в одно мгновение>, <another year older means another year closer to **that** prognosis/каждый следующий день рождение означает, что ты становишься на год ближе к страшному диагнозу>, <**that** bonfire smell/это неприятный запах костра>. Шестнадцать примеров использования «that» отсылают к прошлым событиям, употребляются в текстах, комментирующих старые фотографии: <**that** blue line that I had watched for month after month>; <I lost **that** card about 20 months ago>; <where did **that** go?!>; <In **that** moment I actually wanted to feel **that** pain>. Оставшиеся 42 «that» используются для поддержания повествования: отсылают к ранее сказанному в тексте. Остальные примеры с лексемой «that» (97) имеют отношение к союзу («что/чтобы») или союзному слову («который»).

В нарративе Лоры Хьюз пять из пятидесяти семи примеров с «that» можно отнести к случаям употребления указательного местоимения. При этом в четырех словосочетаниях «that» коррелирует с прошедшим временем, то есть не указывает на желание автора дистанцироваться от некоторого явления или события: <**that** was my trigger>; <direction may have changed in **that** short space of time>; <had it not been for **that** day>; <yesterday showed exactly **that**>. Остальные примеры с лексемой «that» (52) имеют отношение к союзу («что/чтобы») или союзному слову («который»). Лора Хьюз реже употребляет в своем нарративе объектные и определительные придаточные, чем Ники Ньюман, поскольку реже поясняет свои мысли или дает характеристики событиям, явлениям и людям. В то же время Лора Хьюз чаще использует местоимение «this» (125) в обобщающем значении, соотнося его с предыдущим высказыванием или событием. Ее манера более повествовательная, в то время как у Ники Ньюман более дидактичная.

Остальные ключевые слова, насчитывающие около ста случаев употребления, относятся преимущественно к служебным частям речи. В нарративе Ники Ньюман артикли распределились приблизительно одинаково: «the» (393) и «a» (317), тогда как в постах Лоры Хьюз наблюдается существенный перевес в сторону определенного артикля: «the» (528) и «a» (374). Просмотрев примеры с артиклем «the» в текстах второго блогера, мы выяснили, что частое употребление определенного артикля вызвано ссылками на конкретные события собственной жизни, окружающие ее предметы, конкретизацией явлений с помощью предлога принадлежности «of», а также использованием порядковых числительных и превосходной степени. Наибольшее количество примеров (232) демонстрирует желание автора говорить о собственном опыте, т. е. указывает на эгоцентричный характер ее нарратива. Это предположение также подтверждается частотностью указательного местоимения «this». Можно предположить, что Лора Хьюз стремится к конкретизации за счет описания того, что ближе ей пространственно, во времени и психологически.

В нарративе Ники Ньюман средства связи малочисленны, представлены двумя основными союзами: «but» (102) и «and» (105). Лора Хьюз использует больше разнообразных союзов, а союзы «and» (360) и «but» (127), употребляются ей чаще, чем в текстах Ники Хьюз. Так же блогер маркирует причинно-следственные связи: «so» (130), «because» (24). В целом можно сказать, что Лора Хьюз предпочитает использовать сложносочиненные предложения и сложноподчиненные предложения причины и уступки, тогда как Ники Норман предпочитает в качестве осложнителя, помимо объектных и определительных

придаточных, инфинитивный комплемент. Не случайно в ее текстах глагол «be» (112) после инфинитивной частицы «to» употребляется чаще, чем в постах Лоры Хьюз (61).

В нарративе Ники Ньюман дейктические наречия представлены следующим количеством употреблений: «now» (46), «here» (23), «then» (20), «there» (7). «Now» имеет временную референцию в тридцати четырех примерах, при этом в одиннадцати случаях подчеркивается актуальность происходящего с помощью наречия «right» <right now>. Остальные примеры представляют собой риторические или дискурсивные маркеры: <**now** I might upset a few people here/теперь мне придется расстроить некоторых из вас>, <**now** I won't lie/пожалуй не буду обманывать вас>, <**now** that's how it's done/теперь вы знаете, как это происходит>, <**now** that's what I call Disney/вот это и есть самый настоящий Дисней>, <but **now** try and stop me/a теперь попробуйте остановить меня>. Тринадцать примеров с наречием «here» локализуют собеседников на странице блогера <my new followers both **here** and over on Secondary Sisters/>, <I might upset a few **here**/>, <I'll be right **here**/>, <I'm sporting my fav Xmas jammies **here**/>. Восемь примеров с наречием «here» локализуют ситуацию в этом мире, т. е. говорят о реальности и жизни: <without you my gang I wouldn't be **here**/>, <who I know is right **here** with me till the end/>, <because today we are **here** living x/>. Остальные примеры относятся к риторическим употреблениям наречия «here»: <**here** it goes (2)>. В целом можно сделать вывод, что Ники Хьюз подчеркивает, что коммуникация происходит сейчас и на этой платформе.

Дейктические наречия, локализующие события в прошлом малочисленны в текстах Ники Ньюман. «Then» употребляется во временном значении лишь в нескольких случаях (4 из 20): <but till **then** I will treasure every strand> **будущее событие**, <**then** it hit me> **прошрое событие**. В остальных примерах «then» оформляет причинно-следственную связь, порядок действий, маркирует неожиданное решение, призыв: <It starts with a scan **then** bloods **then** the agonising wait>, <**then** I will go all out>, <**then** so be it>, <**then** comes the guilt>. Среди небольшого количества примеров наречия «there» (7) только два примера отсылают к прошедшим событиям: <they were **there**/они существовали и раньше>, <it hasn't stopped **there**/на этом дело не закончилось>. В шести случаях из семи «there» отсылает к внешнему миру, противопоставляемому как виртуальной коммуникации, так и обществу, которое не включено в общность «рак».

В нарративе Лоры Хьюз дейктические наречия представлены следующим количеством употреблений: «now» (68), «here» (23), «then» (24), «there» (6). «Now» имеет отношение к текущему моменту в двадцати шести примерах, в подавляющем большинстве случаев (19) локализует блогера в его настоящей жизненной ситуации: <I **now** have to wait a few week's/сейчас мне нужно подождать несколько недель>; <I can **now** walk down the side of my bed/сейчас мне разрешают передвигаться рядом с кроватью>. В тридцати двух примерах «now» используются как нарративные маркеры, при этом в двенадцати случаях «now» сочетается с прошедшим временем, обозначая неожиданный поворот событий: <my first thought wasn't **now** cancer/тогда я выбросила рак из головы>; <it had **now** spread to my bones/теперь он затронул кости>; <aged 28 I **now** had incurable cancer/в возрасте 28 лет у меня теперь был диагноз «неизлечимый рак»>. Только десять случаев употребления «now» относятся к примерам использования дискурсивных маркеров привлечения внимания.

Из двадцати трех примеров употребления наречия «here» большинство (15) локализуют блогера в этом мире, тогда как из восьми аналогичных примеров в текстах Ники Нью-

ман только три относятся к ее собственной жизни, а остальные говорят о выживании любого члена общности. В четырех примерах «here» отсылает к аккаунту блогера, в двух – к реальному миру, противопоставляемому виртуальному, еще в двух – к текущему местонахождению блогера: в больнице или дома.

Предложения с наречием «then» в шестнадцати из двадцати четырех случаях имеют временную отсылку, обозначают этапы развития события (then Vicky contacted me/затем Вики связалась со мной), привычные для блогера действия (and then I would spend the afternoon/а затем я проводила несколько часов; and then I relax for a few hours/а затем я несколько часов отдыхаю) или маркируют точку отсчета <since then> (4), <then on> (3). Только в двух примерах «then» употребляются риторически <but then> (и все же) и в одном примере используется как средство связи для инструктирования читателей <then make sure you book a visit/и обязательно назначьте встречу>. Примеры с наречием «there» в основном относятся к миру за пределами виртуальной реальности (It's such a mad world out there/это безумный мир; please all stay safe out there/пожалуйста, берегите себя), и только один из шести примеров отсылает к жизни и испытаниям блогера (girls who have been there for me/подруги, которые были со мной в тяжелых ситуациях). Сводные данные о частоте употреблений дейктических наречий и слов в текстах инстаграм-блогов Ники и Лоры приводятся в табл. 2.

Таблица 2. Дейктические слова
Table 2. Deictic adverbs

Deictic adverbs	Nicki Newman	Laura Hughs
Now	34	26
Here	23	23
Then	4	16
There	7	6

Анализ грамматических времен в нарративах Ники Ньюман и Лоры Хьюз выявил следующие особенности. Наиболее употребляемой видовременной формой в текстах блогеров оказалось настоящее неопределенное (the Present Simple). Следующим по частоте использования временем разряда Present стало время the Present Perfect. Реже оба блогера прибегали к форме настоящего продолженного (the Present Continuous). Можно предположить, что Ники Ньюман и Лора Хьюз стремятся давать оценки событиям и явлениям, устанавливать связи между объектами и говорить о константных ситуациях. Вторым по частотности после видовременной формы настоящего неопределенного является время the Past Simple. Следует отметить, что Лора Хьюз отдает предпочтение как данной форме, так и остальным нарративным временам из списка. Процентные показатели свидетельствуют о том, что блогер чаще повествует о прошлых событиях. При этом будущее интересует Лору Хьюз значительно меньше, чем Ники Ньюман. Сводные данные о частоте употреблений грамматических времен в текстах инстаграм-блогов Ники и Лоры приводятся в табл. 3.

Таблица 3. Грамматические времена
Table 3. Tenses

Tense	Nicki Newman		Laura Hughs	
	items	percent, %	items	percent, %
Present Simple	551	48,0	638	47,0
Present Perfect	109	9,6	176	13,0

Окончание табл. 3
End of table 3

Tense	Nicki Newman		Laura Hughs	
	items	percent, %	items	percent, %
Present Continuous	77	6,7	62	4,5
Past Simple	287	25,0	426	31,0
Past Continuous	15	1,3	21	1,5
Past Perfect	7	0,6	22	1,6
Future Simple	87	7,6	45	3,2

Проанализировав типы предикатов, согласованных с местоимением «I», мы обнаружили следующее: Лора Хьюз, говоря о себе, чаще употребляет составные именные сказуемые и реже – простые глагольные в активном залоге. Количественная и процентная разница в этих показателях не значительная, однако, указывает на менее событийный и более созерцательный характер повествования Лоры Хьюз. Меньшая вовлеченность блогера в происходящие с ней события также подтверждается большим количеством пассивных глагольных форм. Также интерес представляет использование блогерами модальных глаголов. Ники Ньюман чаще, чем Лора Хьюз употребляет глагол «can». При этом Ники практически не использует отрицательных форм глагола, что создает впечатление о ее уверенности в собственных силах: она может, могла и смогла сделать намеченное. Более того, на ее позитивный настрой указывает редкое употребление глаголов «need» и «have to», в то время как в нарративе Лоры они встречаются практически так же часто, как и глагол «can». Ники Ньюман иногда даже заглядывает в будущее, используя глагол «might» (возможно). Сводные данные о типах сказуемых и частоте их употреблений в текстах инстаграм-блогов Ники и Лоры приводятся в табл. 4.

Таблица 4. Типы сказуемых
Table 4. Types of predicate

Type of predicate	Nicki Newman		Laura Hughs	
	items	percent, %	items	percent, %
Nominative and adjective	71	14,3	101	17,6
Verbal Active	371	75,0	373	65,0
Verbal Passive	6	1,2	49	8,5
Modal (can)	34	6,8	21	3,6
Modal (need)	3	0,6	16	2,8
Modal have to	1	0,2	12	2,0
Modal should	4	0,8	1	0,2
Might	4	0,8	—	—
Must	1	0,2	—	—

Дав развернутые характеристики нарративам блогеров, мы перешли к рассмотрению метафор «cancer» в их текстах. Нами были проанализированы 84 минимальных контекста лексемы «cancer» в постах Ники Ньюман и 90 – в постах Лоры Хьюз. Полученные данные приведены в табл. 5.

Четыре основных типа концептуальных метафор, выявленных в ходе нескольких корпусных исследований, представлены в нарративах блогеров неоднородно. Нами были обнаружены многочисленные примеры для метафор CANCER-JOURNEY и CANCER-CONSPIRACY, тогда как воинственные метафоры практически не используются в текстах блогеров. Можно предположить, что это связано с особенностью диагноза Ники Ньюман и

Лоры Хьюз, которые страдают неизлечимой формой рака, т. е. сражаться с болезнью не представляется возможным для них. По этой же причине мы выделили группу метафор CANCER-CONCOBITANT. Оба блогера, особенно Лора Хьюз любят подчеркнуть, что живут с раком. Они ни разу не написали, что страдают от рака, в основном они констатируют, что имеют рак или сосуществуют с ним. Мы также добавили группу CANCER-BOSS, поскольку в нескольких примерах блогеры указывали на доминирующую роль рака. Самой интересной, на наш взгляд, оказалась группа CANCER-CONSPIRACY, поскольку в ней преимущественно содержатся примеры фаталистического отношения к жизни. Рак – это карусель, неопределенность, вечное изменение, он безразличен, путает карты, сводит с ума и помещает в ад. В то же время рак – это просветитель, учащий жизни и дающий новые возможности.

Таблица 5. Метафоры рака
Table 5. Cancer Metaphors

Cancer metaphor	Nicki Newman	Laura Hughs
Journey	<u>Hitchhike</u> ; <u>go through</u> (4); <u>navigate</u> (3); cancer <u>progression</u> ; cancer is on the <u>move</u> ; was <u>jetting off</u> ; isn't <u>stopping</u> ; doesn't <u>stop</u>	My <u>journey</u> with cancer; in this cancer <u>journey</u> ; this cancer <u>ridden</u> body; cancer has <u>returned</u> ; cancer once again <u>came</u> ; cancer had <u>spread</u> (4); the cancer is <u>spreading</u> ; my cancer was <u>back</u> ; cancer still <u>goes on</u> ; <u>go through</u> (4)
Military	Cancer can <u>take away</u> a lot; can't take away <u>from us</u>	Before I ever <u>lost</u> it to cancer; those <u>affected</u> by cancer
Boss	Cancer <u>has a habit of taking control</u> ; since cancer <u>set up shop</u>	Cancer put <u>a hold on it</u> , cancer <u>controlling</u> my life; cancer has been <u>in control</u>
Structure	This cancer <u>world</u> (2); cancer bods (2)	This cancer <u>club</u> ; cancer <u>bods</u> (3)
Cohabitant	<u>Living</u> with cancer (4); <u>life</u> with cancer	I do <u>live</u> with cancer, <u>living</u> with cancer (6), I don't <u>live</u> with cancer, cancer <u>lives</u> with me; her <u>life</u> with cancer
Conspiracy	The cancer <u>crazy</u> ; cancer <u>malarkey</u> ; cancer was holding the ultimate <u>trump card</u> ; cancer <u>doesn't care</u> ; the cancer <u>carousel</u> ; <u>coaster</u> (2); <u>rollercoaster</u> ; <u>whirlwind</u> (2); cancer has <u>allowed</u> me to do; cancer has <u>put in perspective</u> ; hell (5)	Cancer can <u>mess up</u> lives, cancer has <u>messed around</u> with all; cancer <u>has given me</u> (2); rollercoaster (2); coaster (1)

Заключение. В целом можно сказать, что блоги Ники Ньюман и Лоры Хьюз обнаруживают много сходных черт в построении нарратива о раке. Однако, используя немного разные стратегии при выборе грамматических времен, типов предикатов, дейктических единиц, средств связи, а также метафорических выражений, они демонстрируют разную степень успешности своих аккаунтов. Ники Ньюман пишет относительно короткие тексты, апеллирует к своей аудитории, занимается словотворчеством (bootiful hooman, mahoosive, boobettes, tattas, peeps), показывает позитивный настрой, избегает клишированных метафор («journey», «lose») и имеет в два раза больше подписчиков, чем Лора Хьюз, которая пишет развернуто, ретроспективно и корректно с точки зрения орфографии и грамматики.

Приведенные примеры служебных слов, личных и указательных местоимений, а также наречий позволяют сделать вывод о том, что тексты Лоры Хьюз в большей степени напоминают нарративы от первого лица, чем посты Ники Норман, которые носят скорее тезисный характер. Не случайно Ники любит обозначать границы абзацев с помощью то-

чек, визуально подкрепляя идею телеграфного стиля. Лора Хьюз развивает тему, предложенную ей в заголовках постов, использует разнообразные дейктические единицы и придаточные предложения, употребляет личные местоимения анафорически, что способствует плавному развертыванию повествования. Лора Хьюз сосредоточена на своей жизни, диагнозе, прогнозах выживаемости. Она говорит о своих подписчиках, как если бы они все относились к общности больных раком, поэтому скорее солидаризируется с ними, чем обращается с призывами следить за своим здоровьем.

В отношении концептуальных метафор ракового дискурса анализ показал, что необходимо учитывать, что рак не всегда является излечимым заболеванием. Имея вторичный диагноз, Ники Ньюман и Лора Хьюз избегают употребления не только лексем «battle», «struggle», «survivor», «defeat», «destroy», но и прилагательных «strong», «courageous». Ни одна из перечисленных лексем не была обнаружена в составленных микрокорпусах. При этом, корпусные исследования указывают на то, что милитаристские метафоры являются наиболее многочисленными.

Для подтверждения или опровержения изменений в способах концептуализации рака в процессе коммуникации членов виртуальных общностей, мы считаем необходимым привлечь к исследованию большее количество аккаунтов, а также подвергнуть анализу комментарии подписчиков с целью выявления как меняется их риторика под влиянием блогеров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стернин И. А., Камбаралиева У. Д. Теоретические проблемы описания коммуникативного поведения // Коммуникативные исследования. 2018. № 2 (16). С. 20–34. DOI: 10.25513/2413-6182.2018.2.20-34.
2. Карасик В. И. Жанры сетевого дискурса // Жанры речи. 2019. № 1 (21). С. 49–55. DOI: <https://org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>.
3. Pei M. L. K., Jerome C. Understanding Cancer Metaphor within the LCCM Theory // Asian Journal of Behavioural Sciences. 2020. Vol. 2, № 1. P. 33–52.
4. Metaphor, Cancer and the End of Life: A Corpus-based Study / E. Semino, Z. Demjén, A. Hardie, S. Payne, P. Rayson. London: Routledge, 2017. DOI: 10.4324/9781315629834.
5. Hommerberg C., Gustafsson A. W., Sandgren A. Battle, Journey, Imprisonment and Burden: patterns of metaphor use in blogs about living with advanced cancer // BMC Palliative Care. 2020. Vol. 19 (59). URL: <https://bmcpalliativecare.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12904-020-00557-6>. (дата обращения: 05.06.2020). DOI: 10.1186/s12904-020-00557-6.
6. Шилихина К. М. Лексические маркеры жанров интернет-коммуникации // Жанры речи. 2018. № 3 (19). С. 218–225. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-218-225.
7. Pragglejaz Group. MIP. A method for identifying metaphorically used words in discourse // Metaphor and Symbol. 2007. № 22 (1). P. 1–39. URL: https://www.lancaster.ac.uk/staff/eiaes/Pragglejaz_Group_2007.pdf (дата обращения: 07.06.2020).
8. Cancer as metaphor / R. T. Penson, L. Schapira, K. J. Daniels, B. A. Chabner, T. J. Lynch // The Oncologist. 2004. № 9 (6). P. 708–716. DOI:10.1634/theoncologist.9-6-708.
9. Nicholas G. Metaphors and malignancy: Making sense of cancer // Current Oncology. 2013. Vol. 20, no. 6. P. 608–609. DOI:10.3747/co.20.1635.
10. Ignasi N. I. F. Conceptual metaphor types in oncology: Cognitive and communicative functions // Ibérica. 2017. No. 34. P. 163–186. URL: <http://www.redalyc.org/pdf/2870/287053467008.pdf> (дата обращения: 01.06.2020).

11. Newman N. // Instagram. URL: <https://www.instagram.com/nicknacklou/> (дата обращения: 01.06.2020).

12. Hughes L. H. // Instagram. URL: <https://www.instagram.com/baldbooblessandbeautiful/> (дата обращения: 01.06.2020).

Информация об авторах.

Силантьева Вероника Георгиевна – кандидат филологических наук (2017), старший преподаватель кафедры английской филологии и культурологии Санкт-Петербургского государственного университета, Университетская наб., д. 11, Санкт-Петербург, 199034, Россия. Автор 20 научных публикаций. Сфера научных интересов: дискурс-анализ, теория LCCM, нарратология. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2318-2172>. E-mail: silvercom@rambler.ru

Кожокина Ангелина Викторовна – кандидат филологических наук (2009), доцент кафедры английского языка и лингвострановедения института иностранных языков Российского государственного университета им. А. И. Герцена, наб. р. Мойки, д. 48, Санкт-Петербург, 191186, Россия. Автор более 40 научных публикаций и монографий. Сфера научных интересов: когнитивная лингвистика, психолингвистика, семиотика, дискурсивный анализ текста. E-mail: linkoj@yandex.ru

REFERENCES

1. Sternin, I.A. and Kambaralieva, U.D. (2018), "Theoretical problems of describing communicative behavior", *Communication studies*, no. 2 (16), pp. 20–34. DOI: 10.25513/2413-6182.2018.2.20-34.
2. Karasik, V.I. (2019), "Genres of Network Discourse", *Speech genres*, no. 1 (21), pp. 49–55. DOI: <https://org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>.
3. Pei, M.L.K. and Jerome, C. (2020), "Understanding Cancer Metaphor within the LCCM Theory", *Asian Journal of Behavioural Sciences*, vol. 2, no. 1, pp. 33–52.
4. Semino, E., Demjén, Z., Hardie, A., Payne, S. and Rayson, P. (2017), *Metaphor, Cancer and the End of Life: A Corpus-based Study*, Routledge, London, UK. DOI: 10.4324/9781315629834.
5. Hommerberg, C., Gustafsson, A.W. and Sandgren, A. (2020), "Battle, Journey, Imprisonment and Burden: patterns of metaphor use in blogs about living with advanced cancer", *BMC Palliative Care*, no. 19 (59), available at: <https://bmcpalliativecare.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12904-020-00557-6>. DOI: 10.1186/s12904-020-00557-6 (accessed 05.06.2020).
6. Shilikhina, K.M. (2018), "Lexical markers of Internet communication genres", *Speech genres*, no. 3 (19), pp. 218–225. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-218-225.
7. Praggeljaz Group (2007), "MIP. A method for identifying metaphorically used words in discourse", *Metaphor and Symbol*, vol. 22 (1), pp. 1–39, available at: https://www.lancaster.ac.uk/staff/eiaes/Praggeljaz_Group_2007.pdf (accessed 07.06.2020).
8. Penson, R.T., Schapira, L., Daniels, K.J., Chabner, B.A. and Lynch, T.J. (2004), "Cancer as metaphor", *The Oncologist*, no. 9 (6), pp. 708–716. DOI:10.1634/theoncologist.9-6-708.
9. Nicholas, G. (2013), "Metaphors and malignancy: Making sense of cancer", *Current Oncology*, vol. 20, no. 6, pp. 608–609. DOI:10.3747/co.20.1635.
10. Ignasi, N.I.F. (2017), "Conceptual metaphor types in oncology: Cognitive and communicative functions", *Ibérica*, no. 34, pp. 163–186, available at: <http://www.redalyc.org/pdf/2870/287053467008.pdf> (accessed 01.06.2020).
11. Newman, N., *Instagram*, available at: <https://www.instagram.com/nicknacklou/> (accessed 01.06.2020).
12. Hughes, L.H., *Instagram*, available at: <https://www.instagram.com/baldbooblessandbeautiful/> (accessed 01.06.2020).

Information about the authors.

Veronika G. Silanteva – Can. Sci. (Philology) (2017), Senior Lecturer at the Department of English Philology and Cultural Studies, Saint Petersburg State University, 11 University emb., St Petersburg 199034, Russia. The author of 20 scientific publications. Area of expertise: discourse analysis, LCCM theory, narratology. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2318-2172>. E-mail: silvercom@rambler.ru

Angelina V. Kozhokina – Can. Sci. (Philology) (2009), Associate Professor at the Department of English Language and Cultural Studies, Institute of Foreign Languages, Herzen State Pedagogical University, 48 Moyka emb., St Petersburg 191186, Russia. The author of more than 40 scientific publications and monographs. Area of expertise: cognitive linguistics, psycholinguistics, semiotics, discourse analysis. E-mail: linkoj@yandex.ru