

## ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 808.5

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/44>

**Ковнік С. І.**

Криворізький державний педагогічний університет

### СТОРИТЕЛІНГ ТА ЙОГО СПЕЦИФІЧНІ ПЕРЛОКУЦІЇ В РІЗНИХ ТИПАХ ПРОМОВ

*У статті йдеться про специфіку перлокутивного ефекту сторітелінгу в різних видах промов. Авторка статті використовує багатий фактичний матеріал, акцентуючи увагу на тому, що сторітелінг має неабиякі перлокутивні функції, здатні змінити не тільки психоемоційний стан адресата, а і його свідомість та поведінку. Саме з позиції суб'єкта впливу перлокуція є важливим елементом промови, який варто враховувати у стратегіях спічрайтингу. У статті розглядаються технології різних видів історій та транслювання за їх допомогою необхідної інформації, котра має потужний перлокутивний ефект на слухача. Сторітелінг потенціально розширює психофізіологічні можливості промови: розповіді з життя значно легше сприймаються, вони цікавіші, ніж логічні аргументи й сухі міркування, тому здатні викликати в слухачів довіру й мотивувати їх до певних дій, створювати ефект очікування інформації про унікальний досвід, який легко асоціюється з особистим. У сторітелінгу функціональне навантаження має історія, яка повинна мотивувати слухачів до дій, учинків, досягнення успіху, просування власної ідеї тощо. Різноманіття сторітелінгових технологій сьогодні суттєво вплинуло на спічрайтинг, зокрема на структуру різних типів промов. Реакція адресата (перлокуція) особливо швидко виявляється у результаті застосування тієї чи іншої технології сторітелінгу. Сторітелінг формує в уяві адресата чітке розуміння про моральні, духовні цінності, уводить у світ міфів, які нагадують про те, чого варто уникати в житті, аби бути щасливим та успішним. Це історії успіхів, злетів, падінь, потрясінь, родинних перипетій, на які чекає аудиторія, слухаючи той чи інший тип промови. Цікава і вмотивована історія викликає співпереживання в слухачів, які співвідносять ту чи іншу історію зі своїм досвідом, тому їхня увага утримується тривалий час. У своїй сутності історія має сенс, який промовець прагне донести до слухача, аби той зробив правильні висновки. Застосовуючи той чи інший вид історії, оратор має великі шанси завоювати аудиторію, а для цього йому треба дуже добре орієнтуватися у формах сторітелінгу (знати брендові легенди, історії успіхів, припчі, міфи тощо).*

**Ключові слова:** перлокутивний ефект, стратегія, психоемоційний стан, досвід, сутність, технологія.

**Постановки проблеми.** Технологія сторітелінгу нині набуває неабиякої популярності та розповсюдженості. Сторітелінг сьогодні використовують не тільки у галузі маркетингу, а й у блогосфері, рекламній, педагогічній комунікації. Окрім цього, сторітелінг розглядають як новий підхід до написання текстів промов, адже саме історії у тексті промови здатні викликати у слухачів низку емоцій, діапазон яких буде коливатися від нейтральних до вибухових. Це можуть бути такі емоційні стани: співпереживання, співчуття, радість, здивування, несподіваність тощо. Зазначимо, що технологія сторітелінгу на сучас-

ному етапі розвитку освітньої системи США National Education Technology Standards сприяє формуванню в учнів таких якостей, як креативність та інноваційність, комунікативність та гнучкість у співробітництві, а також грамотність, уміння швидко вирішувати проблеми тощо.

Психологи вказують на той факт, що людина запам'ятовує краще ту інформацію, яка викликала у неї потужні емоції. Автор, який переповідає таку історію, перетворюється на доброго знайомого, котрий (завдяки унікальності процесу розказування) стає ближчим до аудиторії, розповідає випадки з життя, які близькі слухачам, доступні

та дають їм можливість уявити себе на місці головного героя оповіді. Особливої популярності набуває сторітелінг у сфері спічрайтингу, де переконливі історії здатні завоювати, підкорити або ж прихилити будь-яку аудиторію.

Ось тому дуже важливо підібрати та розповісти історію так, щоб вона мала потужний перлокутивний ефект для великої аудиторії слухачів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сучасний сторітелінг став об'єктом досліджень таких учених: Н. Бондаренко, К. Гавриловської та Ю. Дем'янчук, М. Кірносова, І. Побідаш. У працях зазначених науковців порушуються питання структурування змісту історій, способів їх презентації, шляхи розвитку психологічної пружності засобами сторітелінгу та ін. Нам імпонує думка Н. Бондаренко про те, що *Storitelling «... дає змогу мотивувати, аналізувати, порівнювати, засвоювати й передавати знання, ефективно доносити інформацію, презентувати власну ідею, візуалізувати, деталізувати, збагачувати й розвивати мовлення, творчі здібності, уяву, виявляти емоції, здобувати високі результати; запобігає конфліктам і нівелює наявні; сприяє взаєморозумінню, самопізнанню. Складники успіху – правдивість історії, її докладність, конкретність»* [1, с. 131].

Проте ще не достатньо вивченою з точки зору сторітелінгу залишається сфера спічрайтерства, де вказана технологія виконує одну з визначальних функцій – створює перлокутивний ефект.

**Постановка завдання.** У статті шляхом аналітичного осмислення будуть представлені особливості перлокуції різних прийомів сторітелінгу у сфері спічрайтингу, а також способи та методи створення історій.

**Виклад основного матеріалу.** Основними прийомами технології сторітелінгу є такі: конструювання подорожі головного героя, який долає перешкоди; метод «учимося на помилках героя», де автор пропонує реальний приклад невдач героя у певній сфері, які він подолав успішно; метод «рамки», або «нанизування епізодів», тобто автор постійно додає цікаві для аудиторії епізоди, фрагменти або ж нових героїв, на які очікує реципієнт. Саме ефект очікування є важливою функцією сторітелінгу, адже цей процес тримає увагу слухачів, інтригує, дозволяє пригадати важливі моменти зі свого життя, котрі перегукуються з тими, про які розповідає оратор. Під час таких історій використовують прийоми «озирніться на минуле», «згадати мить», «історія мети» тощо. Усі ці та інші прийоми націлені на те, щоб викликати справжні емоції в слухачів. Люди люблять слухати історії

тому, що людська свідомість пристосована до шаблонів, а також здатна з легкістю розпізнавати метафори із казок, які нам розказували у дитинстві, а ще процес розказування історії особливо розвиває уяву. Саме тому люди краще засвоюють інформацію, котру їм передають через непрямі історії (казки, легенди, притчі, міфи). Через це навіть для цікавих історій варто шукати нестандартний спосіб подання, щоб підвищити ефективність розказування. Одна з технік стимуляції мисленнєвого процесу та генерації ідей базується на тому, щоб примусити себе думати так, як думає хтось інший, спробувати стати іншою людиною або іншою твариною, тобто завдяки уяві перетілитися, набути унікальних рис, подолати труднощі. Саме процес перевтілення особливо захоплює слухачів та підсилює увагу реципієнтів.

Дослідниця І. Побідаш слушно зазначає, що *«емоції – необхідний інструмент сторітелінгу»* [7, с. 148]. Окрім цього, процес розповідання історій передбачає цілеспрямовану мовленнєву дію, двосторонній процес передавання повідомлення від мовця (автора, адресанта) реципієнтові (адресатові) за допомогою системи мовних знаків. Процес розповідання історій – це унікальна мовленнєво-психологічна операція, в якій важливу роль відіграє досконале знання мови, вміння контролювати та володіти темпом, ритмом мовлення, відчувати необхідність підвищення або зниження висоти звучання голосу, використання пауз тощо.

Через історію можна передати досвід, працювати із запереченнями, надихати на нові звершення, презентувати себе, навчити розповідати про складні речі простими й доступними словами, формувати корпоративну культуру, переконувати, завойовувати довіру тощо.

У нашій статті «Перлокутивний ефект тексту як журналістська стратегія» (2016) ми торкнулися психологічного аспекту, котрий прихований у перлокуції журналістського тексту [5]. Зазначимо, що емоції, настрої від почутих історій та й сам процес розповідання здатні максимально збуджувати нервову систему реципієнта, спонукати до появи нових смислів, асоціацій тощо. Цієї думки дотримується науковиця М. Кірносова, яка пропонує під час побудови історій використовувати піраміду нейрологічних рівнів Р. Ділтса, яка описує ієрархію рівнів процесів, що впливають на дії та взаємодію особистості й групи [4, с. 22].

Учена презентувала низку цікавих прийомів сторітелінгу, котрі, на нашу думку, мають потужний перлокутивний потенціал і можуть успішно

культивуватися у сфері спічрайтингу. Так, наприклад, прийом «гора» у сторітелінгу дає можливість налаштувати аудиторію на сприйняття інформації про невдалий досвід головного героя історії, про всі перипетії неспіхів, але досвід, який він отримав, став цінним для нього. Цей прийом дозволяє максимально представити кульмінаційний момент. Уважаємо, що прийом «гора» добре реалізується на прикладах казкових персонажів з усної народної творчості, котрі здатні долати перешкоди і досягати мети та успіху (попри все).

Такого формату історію можна використовувати у судових промовах (адвокатська промова), академічних промовах (шкільна промова), для підбадьорювання спортсменів перед виступами тощо. Прийом «гора» виконує повчальні, пізнавальні, мотиваційні функції, надає впевненості слухачам, які переконуються в тому, що досвід – це те, що має величезну силу для свідомості реципієнтів, адже вони вчаться розпізнавати власні помилки, убезпечувати себе і своїх близьких від необачних учинків, набиратися досвіду.

У процесі підготовки історії варто дуже добре продумати те, якою буде зворотна увага слухачів, як вони сприйматимуть історію, а тому доречно вибудувати систему таких самозапитань: що буде думати людина, коли почує цю історію? Як вона відреагує на неї? Який епізод може викликати у неї певні емоції? Такі питання сприяють ефективному формулюванню ключового повідомлення і дозволяють продумати стратегію виступу. Отож, дуже важливо у процесі підготовки до виступу переформатувати перлокуцію на особу оповідача, чим на собі перевірити можливі наслідки оповіді.

Перлокутивний ефект створюється завдяки такому прийому сторітелінгу, як «Sparklines», котрий реалізує принцип «як було та як би могло бути». Сутність використання цього прийому полягає у тому, що під час розповіді формулюється проблема, описується контраст між реальністю та бажаним результатом. Такого типу історія має бути максимально емоційно насичена, вона інтригує аудиторію, спонукає її включати фантазію та домисел, мотивує на те, щоб дослухати оповідь до кінця. Цей прийом залучає слухачів до діалогу, адже в них виникає низка питань: чому саме так усе сталося? Чим це закінчиться? Які причини призвели до такого випадку? Прийом «Sparklines» доречно застосовувати у церковно-богословських, військових промовах тощо. Прийом «Sparklines» має потужний мотиваційний складник, спонукає до дій, підбадьорення, пробудження надії, азарту, пошуку прихильників ідеї.

І тут дуже важливо, щоб у будь-якій історії людина впізнавала себе. При цьому краще такі історії не вигадувати, а шукати, адже придумувати їх дуже складно. Вигадана історія буде занадто штучною, а тому реципієнт одразу відчує це. У технології сторітелінгу є важливий процес – пошук історії, який завжди цікавий та має пізнавальні функції. У рекламній сфері використовують такі інструменти, як форуми, де люди розповідають такі життєві історії, які вигадати не видається можливим.

Раптовість та неочікуваність завжди захоплюють увагу аудиторії, а тому промовцеві доречно використовувати прийом «фальстарт», за допомогою якого історія починається несподівано й так само несподівано обривається, а потім починається заново. Сутність перлокутивного ефекту від цієї історії полягає в тому, що оратор захоплює аудиторію помилковим відчуттям безпеки, а потім перевертає все з ніг на голову. Формат і можливості цього прийому добре підходять для розповідей про ті моменти життя, які демонструють незвичайне вирішення проблем, ілюструють злети і падіння, які змушували автора історії повертатися до того, щоб ще раз переосмислити або переглянути причини своїх невдач. Історії у форматі «фальстарт» принципово руйнують очікування реципієнтів, які від подиву та зацікавленості змушені дослухати розповідь до кінця. Цей прийом доречно використовувати у промовах, де є необхідність продемонструвати переваги гнучкого підходу в управлінні командною роботою.

Перлокутивний ефект має прийом «In redias res», котрий починається з важливого або центрального епізоду. У цьому епізоді увага оповідача повинна бути сфокусована на тому, щоб детально пояснити причини чи передумови того, через що саме наратор потрапив у конкретну ситуацію. Процес розповідання тут пов'язаний із тим, щоб максимально довго приховувати факти, котрі слухачам допоможуть зрозуміти те, як саме оповідач опинився у тій чи іншій ситуації. У межах цього прийому перлокутивний ефект набуває процесуальної форми, тому значно затягується у часі, що загострює увагу реципієнтів, які постійно перебувають у стані очікування.

Удало побудовану історію потрібно включати у текст промови, адже це допомагає ораторові не тільки донести важливу інформацію до аудиторії, а й сфокусувати увагу на основній ідеї виступу. Власний досвід оратора від пережитих моментів життя, історії з минулого або з досвіду друзів, видатних особистостей дозволяє не тільки

аудиторії дізнатися цікаві факти, а й дають змогу слухачам гуртуватися навколо ідеї. А однією з важливих функцій промови є згуртування реципієнтів.

Використання технологій сторітелінгу спічрайтерами є запорукою того, що промови стають переконливішими, допомагають ораторові презентувати себе. Герої історій повинні бути дуже схожими або подібними до цільової аудиторії. У такому разі реципієнт максимально перебирає на себе всі перипетії життя головного героя оповіді, переживає разом із ним відповідні емоції. Отож, для створення історії важливо добре орієнтуватися у цільовій аудиторії, вивчити її інтереси, соціальний статус, ментальні та регіональні особливості тощо.

У головного героя будь-якої історії має бути чітка мета – побороти свої страхи, стереотипи, розбагатіти, самовдосконалитися, досягти перемоги тощо. Завдяки конкретизації мети перелокуція від історії занурює реципієнта в саму сутність події, котра може мати такі форми: подія-факт, подія-епізод, подія-фатум, подія-слово. Здивування, непередбачуваність – це ті стани, котрі довгий час зберігає людська пам'ять. Отже, в пам'яті реципієнтів залишається та історія, яка його здивувала або ж перевершила його очікування, дала йому можливість переосмислити свої життєві принципи, стати впевненішим, побороти в собі образи та змусити себе рухатися далі так, як це робив герой почутої історії. Сильні герої для історій – це також герої, які мають силу волі, стійкі риси характеру та високий рівень національної свідомості.

На думку Кіндри Холл, у будь-якій історії повинен бути представлений цікавий конфлікт або протистояння, бо саме протистояння здатне тримати слухачів у напруженні, а перлокутивний ефект від нього максимально затримує увагу реципієнтів. Особливу, на нашу думку, силу мають внутрішні конфлікти героїв історій, адже кожна людина щодня переживає внутрішні протистояння, суперечки. Ось тому в промові варто використовувати такі історії, в яких людина переборола свої комплекси, пододала певні життєві труднощі тощо. Такі історії мають зачин на зразок: «Одного разу...», «Якось зі мною трапилося...», «Пам'ятаю той день, коли...» тощо. Саме такі початки розповідей зацікавлюють слухачів, тримають їх у стані очікування тощо. При цьому важливо не губитися у розповіді, щоб не відійти від головного меседжу оповіді.

Спічрайтеру варто пам'ятати, що для будь-якого виду історій універсальними будуть такі мовностилістичні засоби: емоційно насажена

лексика, притаманна художньому стилю мовлення, іншомовні слова, але ними бажано не переобтяжувати оповідь, сленгові вирази, епітети, метафори, прийоми градації, контрасту. Під час розповідання історії важливі функції відіграють дієслова, котрі здатні максимально динамізувати оповідь, інтенсифікують події, а також наповнюють процес розповідання діями, котрі пов'язані з органами зору: «уявіть собі», «подивіться на цю історію під іншим кутом зору», «сфокусуйте свою увагу на...», «озирніться...», «киньте оком...» тощо. Оповідь оратора у форматі сторітелінгу повинна мати природний характер, а це завойовує довіру слухачів.

Технологія сторітелінгу у сфері спічрайтерства є дуже ціннісною, адже вона функціонально спрямована на те, щоб підняти авторитет оратора, сформувати образ промовця таким чином, щоб асоціації аудиторії з героєм були тісно пов'язані з тим, хто презентує ту чи іншу історію. Сам процес розказування історії здатен максимально скоротити відстань між спікером та реципієнтами, а це гарантує міцний зв'язок та формує довіру слухачів. Успішність сторітелінгу базується ще й на тому, що людині властиво мислити образами, тому цю унікальну особливість мозку варто використовувати на повну потужність.

Зазначимо, що Storytelling є універсальною технологією, адже синтезує здобутки кількох галузей науки (журналістики, медіа, реклами, PR-комунікацій, культурології, соціології, лінгвістики, психології, педагогіки, театрознавства та інших). Змодельовати історію, яка стане вагомим інформаційним та ідейним ядром виступу оратора, спічрайтеру також допоможуть знання з усної народної творчості, світової літератури, адже саме у цих галузях філології можна знайти цікаві за структурою сюжети, котрі мають місце в сучасному житті.

**Висновки і пропозиції.** Отже, аналітичне осмислення сутності найвідоміших прийомів сторітелінгу з точки зору перлокуції дозволило стверджувати, що у сфері спічрайтингу ця технологія дуже ціннісна, бо має значні функціональні потужності. Зазначимо, що, безумовно, аудиторія краще сприймає інформацію у форматі сторітелінгу.

Перлокутивний ефект кожного з прийомів сторітелінгу – це один із важливих моментів психологічної пружності аудиторії під час виступів ораторів. Перлокуція в сторітелінгу – це можливість впливати на адресата, його свідомість та поведінку. Вона передбачає досягнення мовцем

(оратором) поставленої мети відповідно до ілюкції автора й може класифікуватись як позитивна чи негативна реакція адресата на висловлення, що зумовлює успішну комунікацію. Завдяки прогнозованості результату мовленнєвого акту під час розповідання історії прийоми сторітелінгу дозволяють передбачити можливу реакцію аудиторії.

І саме завдяки технології сторітелінгу оратор має всі шанси об'єднати слухачів навколо ідеї, котру він культивує у своєму виступі.

На наше переконання, цікаво вивчити можливості перлюкції сторітелінгу не тільки у сфері спічрайтингу, а й у сферах брендингу, блогсфері тощо.

#### Список літератури:

1. Бондаренко Н. Storytelling як комунікаційний тренд і всепредметний метод навчання. *Молодь і ринок*. № 7 (174). 2019. С. 130–135.
2. Гавриловська К., Дем'янчук Ю. Сторітеллінг як засіб розвитку психологічної пружності особистості. *Актуальні проблеми психології. Психологія обдарованості: збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. 2020. С. 84–90.
3. Кіндра Холл. Сторітелінг, який не залишає байдужим; пер. з англійської Оксани Олійник. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 240 с.
4. Кірносова М. Сучасні тенденції розвитку сторітеллінгу у цифровому маркетингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 2. С. 16–26.
5. Ковпик С.І. Перлюкутивний ефект тексту як журналістська стратегія. *Держава і регіони*. 2016. № 2 (26). С. 59–62.
6. Криворучко С.І. Лінгвопрагматичні властивості перлюкутивних оптимізаторів у сучасному німецькомовному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спеціальність 10.02.04 – германські мови. Харків, 2011. 21 с.
7. Побідаш І. Сторітеллінг: ознаки «гарної» історії. *Обрії друкарства*. 2019. № 1 (7). С. 144–150.
8. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2010. 844 с.

#### **Kovpik S. I. STORYTELLING AND ITS PERLOCUTION SPECIFICS IN DIFFERENT TYPES OF SPEECHES**

*The article deals with the specific perlocution effects of storytelling in different types of speeches. On the basis of various factual materials it is noticed that storytelling has remarkable perlocution functions which can change not only the psycho-emotional state of the recipient, but his consciousness and behavior. In terms of the subject of influence, perlocution is an important element of speech that should be taken into account in speechwriting strategies. The paper investigates technologies of different story types and their usage in broadcasting the necessary information, which has a powerful perlocution effect on the recipient. Storytelling has powerful psychophysiological features: life stories are much easier to perceive, they are more interesting than logical arguments and plain reasoning, and therefore it can inspire confidence in the recipient, motivate certain actions, and create the effect of waiting for information about unique experiences that are easily associated with personal experience. In storytelling a story has a functional load, which should give recipients reasons for actions, deeds, success, promotion of their own ideas, etc. The variety of storytelling technologies today has significantly affected speechwriting, and in particular the structure of different types of speeches. The reaction of the addressee (perlocution) is especially rapidly detected as a result of applying storytelling technologies. Storytelling creates clear ideas about moral, spiritual values in the imagination of the addressee; it introduces myths that remind us of dangerous things in life, which should be avoided, as well as the ways of being happy and successful. Among them are the following: stories of success, ups, downs, crises, and family troubles, which the audience is waiting for, listening to this or that type of speech. An interesting and motivating story evokes the empathy of listeners who relate the story to their experience, and accordingly their attention is held for a long time. Basically, the story has a meaning that the speaker seeks to convey to the recipient so that he can draw the right conclusions. Applying this or that type of story to catch the audience, and the speaker can should be aware of storytelling forms, know brand legends, success stories etc.*

**Key words:** perlocution effect, strategy, psychoemotional state, experience, essence, technology.