

DOI: 10.18721/JHSS.10207

УДК 81

СТОРИТЕЛЛИНГ В ЛЕКЦИОННОМ ДИСКУРСЕ

И.П. Хурыз

Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Российская Федерация

Сторителлинг — термин, употребляемый маркетологами, журналистами, психологами, преподавателями и понимаемый как коммуникативная технология, позволяющая посредством нарратива сделать информацию интересной и запоминающейся для адресата. В статье рассмотрены особенности феномена сторителлинга в русскоязычном лекционном дискурсе, систематизированы его наиболее типичные характеристики. Материалом для исследования выступили три лекции по языкознанию (общей продолжительностью 210 минут) известных современных российских лингвистов. Применены методы контент-анализа, дискурсивного анализа, а также методы наблюдения, систематизации и классификации. В результате анализа эмпирического материала выявлено использование термина «сторителлинг» всеми лекторами. Особенностью реализации данного феномена является сочетание эмоционально-оценочных средств с фактической информацией, глаголами действия, а также диалогизация дискурса посредством элементов прямой речи, инклюзивного местоимения «мы», риторических вопросов и восклицательных конструкций. Проанализировав теоретический и эмпирический материал автор статьи приходит к выводу о целесообразности использования термина «сторителлинг» в образовательной среде в целом и лекционном дискурсе в частности.

Ключевые слова: сторителлинг, нарратив, лекционный дискурс, контент-анализ, вовлеченность, стратегия

Ссылка при цитировании: Хурыз И.П. Сторителлинг в лекционном дискурсе // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2019. Т. 10, № 2. С. 64–73. DOI: 10.18721/JHSS.10207

STORYTELLING IN LECTURE DISCOURSE

I.P. Khoutyz

Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation

Storytelling is the term used nowadays by marketers, journalists, psychologists, lecturers, and is understood as a communicative strategy aimed at making narration interesting and memorable for the audience. The purpose of the research is to examine the specifics of the storytelling phenomenon in Russian lecture discourse and to summarize its typical characteristics. The research corpus is comprised of three lectures in linguistics delivered by Russian linguists (total length of 210 minutes). These lectures were studied by means of content analysis, discourse analysis as well as observation, systematization and classification. The study of the three lectures demonstrated the use of storytelling by all the lecturers. The lecturers construct their stories using emotional-evaluative linguistic means together with factual data, action verbs, and means of dialogicity such as elements of direct speech, inclusive pronoun we, rhetorical questions and exclamations.

As a result of the theoretical and empirical analysis, the conclusion is made about the expedience of the storytelling use in educational context and in lecture discourse in particular.

Keywords: storytelling, narrative, lecture discourse, content analysis, engagement, strategy

Citation: I.P. Khoutyz, Storytelling in lecture discourse, St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Humanities and Social Sciences, 10 (2) (2019) 64–73. DOI: 10.18721/JHSS.10207

Введение

Термин «сторителлинг» в последние годы стал не только актуальным, но и модным, на что указывает разнообразие тренингов, авторы которых предлагают участникам овладеть мастерством сторителлинга, позиционируя его, например, как средство, способное в бизнесе «открыть... двери в мир захватывающих коммуникаций с любой аудиторией»¹, как инструмент маркетинга, позволяющий продавать и продвигать товары и услуги, вдохновляя покупателей своими историями², и др. В научной литературе сторителлинг определяется: как технология эффективных коммуникаций [1]; маркетинговый инструмент [2]; информационно-коммуникативная технология нарративной коммуникации [3], применяемая в качестве инструмента управления персоналом [4]; как способ наставничества и передачи неявных знаний [5], инструмент, используемый в сферах корпоративной коммуникации для выражения ценностных принципов организации [6], а в СМИ – для формирования положительного образа образовательных услуг [2]. Интересен, на наш взгляд, подход, рассматривающий сторителлинг как эффективный способ подачи информации, способ управления знаниями [5, 7]. Подчеркивая необходимость межличностной составляющей для эффективного управления знаниями

организации, И.В. Руденко и О.М. Винжегин указывают на неопределимую роль сторителлинга как метода трансляции «экспертных знаний через подробные рассказы о прошлых действиях руководства, взаимодействии сотрудников или о каких-то событиях, которые обычно передаются в организации» [7, с. 56].

Цели исследования

В данной статье мы рассмотрим особенности сторителлинга как современной коммуникативной технологии и попытаемся определить его роль в образовательной среде в целом и в лекционном дискурсе в частности. В связи с этим планируется решение следующих задач: а) рассмотреть подходы к определению феномена сторителлинга и его роли в конструировании различных профессиональных коммуникаций; б) систематизировать основные элементы сторителлинга; в) определить статус сторителлинга в лекционном дискурсе и выявить средства его выражения.

Научная новизна проведенного исследования заключается в выявлении средств сторителлинга в лекционном дискурсе и определении его функций в пространстве данного дискурса. Безусловно, вопросы налаживания эффективного информационного обмена актуальны в нашу информационную эпоху, эпоху перегруженности информацией, когда, по словам министра науки и высшего образования РФ М.М. Котюкова, необходимо менять формы подачи материала, так как мышление и концентрация молодежи сильно изменились: «Если в эти первые минуты преподаватель захватил внимание, то дальше, скорее всего, он его удержит на протяжении всего занятия. Если не захватил, дальше нужны провокации, чтобы вернуть это внимание. Вытащить из телефона, вернуть в аудиторию. И это тоже большой вы-

¹Let me speak from my heart. Сторителлинг в презентациях // Личный сайт бизнес-тренера А. Яныхбаша. URL: <http://yanyhbash.ru/training-courses/let-me-speak-from-my-heart-storitelling-v-prezentatsiyakh/> (дата обращения: 30.03.2019).

²Тренинг для компаний «сторителлинг как инструмент маркетинга» // Официальный сайт компании «Глориум Импрешн». URL: <https://glorium.ru/product/trening-dlya-kompaniy-storitelling-kak-instrument-marketinga> (дата обращения: 30.03.2019).

зов для системы профессионального образования»³.

Методология

Материалом для анализа стали три лекции по языкознанию общей продолжительностью 210 минут современных российских лингвистов. Это открытая лекция С.Г. Тер-Минасовой «Язык, коммуникация и национальная безопасность» от 28.04.2014 г. (Л1) [8]; лекция Т.В. Черниговской в компании BioCard «Мозг Великий обманщик. Как мозг нас обманывает» от 03.06.2017 г. (Л2) [9]; открытая лекция В.Е. Чернявской «Возможна ли безъязыковая коммуникация: поликодовый текст» от 27.04.2018 г. (Л3) [10].

Выбор данных лекций для анализа обусловлен, во-первых, тем, что лекторы играют значимую роль в современной российской науке, активно представляют результаты своих исследований широкой и разнообразной аудитории и, во-вторых, в связи с форматом лекций — это открытые лекции, на которых присутствуют слушатели, отличающиеся по возрасту, статусу и фоновым знаниям. Соответственно нам было интересно проследить, какие стратегии используют лекторы с целью удержания фокуса аудитории, для иллюстративности обсуждаемой темы.

Транскрипты лекций, составленные нами в ходе проведения исследования, были изучены с помощью дискурсивного и контент-анализа, затем были выделены коммуникативные стратегии, включая сторителлинг, используемые лекторами для успешной передачи информации. Благодаря контент-анализу были составлены таблицы категорий и подкатегорий анализа, которые далее были подвергнуты дискурс-анализу. С помощью качественного анализа, опирающегося на результаты применения методов систематизации и классификации, были выявлены основные характеристики и средства выражения сторителлинга.

Результаты исследования и их обсуждение
Сторителлинг в различных профессиональных областях. Термин «сторителлинг» часто используется в маркетинге, журналистике, психологии, образовании и ряде других областей. Роль сторителлинга в маркетинге, безусловно, велика, так как хорошая история, которая находит отклик у целевой аудитории, — залог успешного продвижения товара. Р. Скрупник [11], отмечая важность сторителлинга в маркетинге, определяет нарратив и сюжет как его методологии.

Психолог О. Зотова [12] выстраивает свою практику на нарративном подходе, отмечая, что это сторителлинг и есть: в одном из определений он описан как «понимание и проживание наших жизней через истории, через беседы, которые «пере-создают» или «пере-рассказывают» предыдущий опыт». В журналистике сторителлинг представляет «старые новые» коммуникационные технологии: он помогает журналисту изложить информацию в доступной для адресата форме, что способствует ее лучшему восприятию и запоминанию.

М.С. Миташева и В.С. Варакин [13] отмечают, что сторителлинг не может быть охарактеризован ни как жанр, ни как стиль, он является именно технологией, стратегией «эмоционального вовлечения адресата в организуемый повествовательный акт — нарратацию». Исследователи систематизируют основные компоненты сторителлинга — это: 1) герой (или герои) — человек или организация; 2) конфликт — драматическая ситуация, в которой находится герой (или находятся герои); 3) контекст — система обстоятельств, в которых оказываются герои и при которых произошел конфликт; 4) сюжет — последовательность действий героев; 5) перемены — ценностные трансформации в жизни героев⁴. Так как данная стратегия направлена на эмоциональное вовлечение адресата в процесс информационного обмена, сторителлинг, как правило, сопровождается определенной драматизацией событий, что «вызывает у адресата эмпатию».

³ Министр науки и высшего образования РФ Михаил Котюков: Об изменениях в приеме в вузы, зарплатах преподавателей и «призыве» молодых ученых // Комсомольская правда. 2019. 18 марта. URL: <https://www.kuban.kp.ru/daily/26954.5/4007417/> (дата обращения: 20.03.2019).

⁴ Сковорцов А. Сторителлинг. Как рассказать историю интересно, чтобы она не превратилась в скучный набор фактов? // Меркатор Груп. URL: <http://www.mercator.ru/articles/article.php?articleID=58> (дата обращения: 04.03.2019).



Положительную оценку получает сторителлинг и как успешная коммуникативная технология в образовательной среде. Зарубежные исследователи отмечают успешность образовательного подхода, основанного на сторителлинге, особенно при обучении студентов иностранному языку, а также при развитии навыков творческого и даже академического письма [13]. Действительно, в нашей реальности очевиден фокус на индивидуальном опыте и рассказах о нем. Доказательством тому выступают реалити-шоу и различные социальные медиа, которые выстраивают подачу информации именно на индивидуальном опыте человека [Там же].

По мнению Р.В. Млинарчук [14], игнорировать место данной реалии в высшей школе — это своего рода неприятие того, что стало частью реальности и способно вызвать у студентов чувство разобщенности (*disconnect*) между повседневной жизнью и академической средой. Исследователь считает, что — хорошая история, как языки и диалекты, может стать ценным средством обучения.

С.С. Лин также подчеркивает важность сторителлинга в академической среде [15]. Отталкиваясь от теории диалогичности М. Бахтина, исследователь доказывает, что сторителлинг обладает диалогичностью и может стимулировать обучающихся к выражению различных точек зрения. Представление о сторителлинге как о высоко диалогизированном дискурсе, по мнению Лин, позволит восполнить пробел между нуждами обучающихся, особенно тех, для которых английский язык не является родным. К педагогическим плюсам сторителлинга как стратегии обучения она относит следующее: 1) сторителлинг содержит элементы, которые удерживают интерес студентов; 2) он помогает развивать целый набор навыков грамотности с использованием социальных элементов языка (т. е. это живой язык, учитывающий роли участников в определенном контексте ситуации). Чтобы удержать внимание аудитории нарратор, по мнению Лин, должен вовлечь слушающих вопросами, сравнениями, рассуждениями и вывести всю аудиторию на уровень сторителлинга; 3) сторителлинг может формировать чувство вовлеченности и многообразия, так как по своей сути это мультижанровый и мультимодальный

феномен, стимулирующий свободу воображения у аудитории.

М. Далстром [16] отмечает, что сторителлинг — очень важная стратегия передачи информации в научной среде, когда нужно осуществить переход от полученных данных к изложению их содержания, к описанию. Сторителлинг, основанный на нарративных стратегиях, имеет персуазивный эффект, опирается на индуктивный ход мысли (логики), контекстуально зависим, обладает «триумвиратом» характеристик — причинностью, временной отнесенностью и наличием персонажа (персонажей). История, как правило, базируется на личном опыте рассказчика, определяющем степень правдоподобности. Будучи склонным к драматизации, способности вызывать эмоции, обладая персонификацией и фикционализацией (фантазией), сторителлинг делает информацию запоминающейся и поэтому может быть эффективно использован в образовательной среде. На преимущества сторителлинга в образовательных целях указывают также результаты исследований, подтверждающие, что у аудитории больший отклик находит информация, изложенная именно с помощью сторителлинга, а не логико-научных аргументов [17].

Итак, очевидно, что термин «сторителлинг» употребляется в различных контекстах, но везде означает умение искусно, увлекательно рассказывать. Это новый подход к изложению содержания, новый «стандарт подачи контента», который связан с развитием информационных технологий и новых форматов получения информации⁵.

Само искусство рассказывать истории, безусловно, не является новым. Первые истории передавались древними рассказчиками с помощью рисунков на стенах пещер, сцены из повседневной жизни описывались с помощью палки и глины. Далее сторителлинг стал устным творчеством, при этом часто использовалось пение, поэзия и т. д.⁶ В XX столетии появилась концепция, изучающая специфики

⁵ Обухов Н. 10 правил сторителлинга // Теории и практики. URL: <https://special.theoryandpractice.ru/storytelling> (дата обращения: 17.01.2019).

⁶ Mendoza M. The Evolution of Storytelling // Reporter. URL: <https://reporter.rit.edu/tech/evolution-storytelling>. (дата обращения: 29.05.2019).

рассказывания, повествования, а именно нарративная концепция.

Термин «нарратология» сформулировал в 1969 г. французский философ и семиотик Ц. Тодоров, который вместе с Р. Бартом, К. Бременом, А.Ж. Греймасом и другими исследователями рассматривал рассказ (историю) как индивидуальное нарративное послание, опирающееся на различные семиотические системы. Нарративная концепция связывалась с особой композицией (структурной организацией) текста, повествующей о действиях героев [18]. В этой связи важно отметить труд «Морфология сказки» (1928) русского формалиста В.Я. Проппа, внесшего значимый теоретический вклад в развитие нарративной теории: на материале русских сказок он определял переменные и постоянные компоненты нарративных структур, а также создал теоретическую основу для последующих структуралистских теорий о героях нарратива — акантах. Российские исследователи В.Я. Пропп, М.М. Бахтин, В.В. Виноградов, Ю.М. Лотман сформулировали принципы организации повествования в художественном тексте и, как следствие, заложили основы нарративной концепции. Нарратив понимается, как правило, как рассказ кому-то о чем-то с какой-то целью. Посредством нарратива раскрывается в деталях богатый личный опыт и индивидуальное восприятие ситуации [19].

В XXI в. появились новые возможности создания истории, предполагающие в первую очередь использование социальных сетей как платформы обмена историями, активно опирающейся на визуальные средства (фотографии, рисунки, видео). Новый формат рассказа, часто используемый в профессиональной коммуникации, получил название сторителлинга. Цель сторителлинга — рассказать интересную историю. Как это сделать, зависит от множества факторов, однако отмечаются следующие важные составляющие: хорошая история, глубокая проработка этой истории, наличие визуальной составляющей, интересные заголовки, структурность в подаче материала, т. е. акцент на оформлении информации в случае, если речь идет об электронном дискурсе [16]. Таким образом, исследователи феномена сторителлинга считают определяющими такие факторы, как общность интересов говорящего и слушающего, наличие хорошей истории, наполненной

эмоциями, уроки из личного опыта говорящего [20]. Обязательными компонентами сторителлинга, как уже отмечалось выше, являются герой, побеждающий злодея (т. е. осложнение), сюжет и развязка, влияющая на перемену взглядов аудитории.

Рассмотрим, как указанные компоненты проявляются в трех избранных нами для анализа лекциях замечательных современных лингвистов.

Анализ материала исследования и результаты. В исследуемом лекционном дискурсе сторителлинг выделялся по следующим показателям: а) наличие истории, наполненной эмоциями, с действующими лицами; б) вовлеченность лектора в эту историю (сторителлинг призван демонстрировать события реальности с опорой на личный опыт); в) осложнение ситуации и развязка, которая повлияет на понимание темы лекции аудиторией. Также обязательной особенностью (strictest definition) нарратива, лежащего в основе историй, по мнению американского лингвиста Д. Таннен [21], является отнесенность событий к прошлому.

На этапе контент-анализа лекций были составлены таблицы, своего рода классификаторы контент-анализа, содержащие категории, подкатегории и единицы контент-анализа [22], обнаруженные в каждой лекции, а именно: номер истории, цель, ее временное указание в контексте лекции и продолжительность; действующие лица истории и их роли, эмоции; фактические данные (информация о контексте); осложнение ситуации и развязка. В лекции С.Г. Тер-Минасовой (Л1) были продемонстрированы три истории общей продолжительностью 10,15 минуты; в лекции Т.В. Черниговской (Л2) — две истории (2,7 минуты); в лекции В.Е. Чернявской (Л3) — тоже две истории (6,9 минуты). Действующие лица включают лектора, выступающего в качестве «героя», который оказывается в ситуации непонимания, например когда желания и чувства лектора непонятны японским студентам («злодеи»), настаивающим на том, чтобы лектор читала лекцию сидя (Л1); или это некая организация (садоводство), делающая ситуацию двусмысленной, приводящая лектора в замешательство, но одновременно демонстрирующая, что мир очень часто «неправильно расчленен» (Л2).

Нарратив обязательно содержит фактическую информацию о контексте: *90-е годы в эпоху экономических перемен; МММ, всякие финансовые фонды, «Гермес» и тому подобное; в 92 году поступила в аспирантуру в РГПУ имени Герцена; рядом с Гостиным Двором (Л3). Или: университет Бергена; в 2008 году; Хукдал (фамилия ученого) (Л2). Формат сторителлинга позволяет лекторам успешно демонстрировать свои эмоции, которые они испытывали в контексте описываемой ситуации и по отношению к обсуждаемому феномену в целом:*

Я помню, как я была горда собой, что я свой ваучер, который мне дали как вот такой эквивалент права на собственность после разрушения Советского Союза, как я умно, ловко и выгодно — думала я — для себя продала возле этого Гостиного Двора в обмен на финансовый билет — тогда это был «Гермес-фонд». И это всё вызывало реакцию и вызывало доверие не потому, что было талантливо, персуазивно, ярко сформулировано рекламное сообщение, но потому, что этот текст транслировался по телевидению (Л3).

Я говорю: «То есть ты автор этого ужаса?» Он говорит: «Да, я автор этого ужаса». Я говорю: «Что, неужели, правда?» Он говорит: «Правда, ничего не поделаешь». Ну, в общем, беда (Л2).

Но вот в какой-то прекрасный день у меня было плохое и склочное настроение, и, прочитав этот приказ, я подумала: «А что это я где-то между общежитием и комбинатом питания?» И я написала письмо ректору, что мы обеспечим переводчиками, да, но вообще-то у нас еще есть наука очень важная, важнее которой нет ничего: мы изучаем языки (Л1).

Как видно из приведенных выше примеров, лекторы используют такую эмоциональную лексику, как *горда, умно, ловко и выгодно, ужас, беда, склочное настроение* и т. д. Реальность истории сохраняется за счет уже указанной фактической информации и глаголов действия (не состояния), которые помогают аудитории визуализировать описываемые события, например:

Началось всё с некоторого фиаско, потому что я пришла читать лекции на факультет международных отношений в университете Хоккайдо в городе Сакура в первый раз. Ну, встала, бумажки разложила. И сказала что-то такое. Лекции шли на английском языке (Л1).

Благодаря формату сторителлинга, в конце истории после осложнения и развязки стано-

вится очевидной точка зрения лектора: например, завершение истории из личного опыта в Л3 *«Тогда это было совершенно для нас непривычно. Телевизионный формат, формат газеты был связан с определенной сакральностью»* ясно демонстрирует идею *The medium is the message*, поскольку сама лектор и другие люди были убеждены в успехе финансовых пирамид, так как информация о них транслировалась по телевидению; или личный опыт общения лектора с внуками показывает, что дети растут с представлением о том, что монстры — хорошие, что, в свою очередь, подтверждает присутствие агрессии в языке, которую дети впитывают с малых лет (Л1).

Дискурсивный анализ исследуемых лекций показал, что для наглядности историй, используемых лекторами при обсуждении вопросов по теме лекции и для удержания внимания аудитории, характерны повышенная диалогизация с использованием прямой речи и инклюзивного местоимения «мы», риторические вопросы и восклицательные конструкции.

Повышенная диалогизация дискурса активизирует вовлеченность аудитории в содержание лекции, что достигается с помощью внедрения в историю прямой речи (присутствует у всех лекторов), например:

Он говорит: «Если бы ты себе дала труд прочитать авторов до конца, то ты увидела бы там фамилию Хукдал». И это он и есть. Я говорю: «То есть ты автор этого ужаса?» Он говорит: «Да, я автор этого ужаса». Я говорю: «Что, неужели, правда?» Он говорит: «Правда, ничего не поделаешь» (Л2); или: Я говорю: «В каком смысле?» — «А вот в таком — сядьте, читайте сидя». Говорю: «Ну, знаете, вы меня извините, ну я вот привыкла как-то стоя». — «Нет-нет, вы, пожалуйста, сядьте». Очень настойчиво. ...Мне пришлось сесть, что сделало меня глубоко несчастной, потому что аудитория была не такая, как тут, амфитеатром» (Л1).

Именно присутствие прямой речи в нарративе позволяет авторам выразить свои эмоции, свое отношение. Это активизирует, как уже было отмечено выше, вовлеченность аудитории, которой становится интересно, чем закончится увлекательная история. Важно также отметить, что сторителлинг «очеловечивает» лектора, а это, в свою очередь, также может быть предпосылкой для налаживания

успешной коммуникации с аудиторией. В этой связи интересно отметить, что современный американский ученый и поэт — профессор Х. Сворд для конструирования успешного академического дискурса рекомендует использовать конкретный язык (особенно существительные и глаголы, которые дают возможность адресату визуализировать объекты, действия, взаимоотношения между ними), а также шутки и анекдоты из собственного опыта, что позволит «очеловечить» личность лектора, придать дискурсу индивидуальность и т. д. [23].

Инклюзивное местоимение «мы», размещающее в единую коммуникативную плоскость лектора и аудиторию, риторические вопросы и восклицания также являются средствами диалогизации: *мы переживали интерес к пирамидам; мы реагировали на эти сообщения только потому, что они транслировались по телевидению (Л3); Уже я тут подумала, вот если б к нам приехал иностранный лектор... у нас совершенно другое отношение (Л1)*. Пример одновременного использования лектором риторических вопросов и восклицаний: *Мы упали на землю просто, потому что мы не знали (мы не собирались в это садоводство, мы мимо шли), но мы думали: «А мы-то? Мы посторонние точно, но мы не садоводы! Нам что делать в этой ситуации?» (Л2)*. Как видно из примеров, сторителлинг превращает образовательную лекцию в увлекательный и диалогизированный процесс передачи информации, иллюстрирующей осмысление обсуждаемых вопросов посредством личного опыта.

Рассмотрим все вышеуказанные характеристики сторителлинга на примере одной истории, которая легко делится на три основные части (из лекции С.Г. Тер-Минасовой):

Вводная часть, информирующая о контексте и участниках истории:

Тема у нас необычная. Согласитесь: «Язык и национальная безопасность». ...У нас в МГУ есть уже давно, лет 10 тому назад открылся, какой-то институт национальной безопасности. Возглавляют его отставные генералы КГБ, и вообще всякие силовики там занимаются чем-то загадочным. Но раз в году они проводят конференцию, на которую съезжаются силовые структуры со всего мира. Там была и НАТО... В общем, из всех стран приезжают люди, которые отвечают за национальную безопасность. И каждый раз приходил приказ ректора. Я была деканом, сейчас я президент называюсь, уже 2 года,

а перед этим 24 года я была деканом. И я получала как декан такой приказ, где было написано, кому что делать во время международной конференции: комбинату питания обеспечить питание, начальнику общежития обеспечить общежитиями, а вот декану Тер-Минасовой обеспечить переводчиками. Мы обеспечивали. Это была хорошая очень практика, все мы были довольны.

Осложнение ситуации: герой-лектор сталкиваемся с непониманием руководства важности изучения языков:

Но вот в какой-то прекрасный день у меня было плохое и склочное настроение, и, прочитав этот приказ, я подумала: «А что это я где-то между общежитием и комбинатом питания?» И я написала письмо ректору, что мы обеспечим переводчиками, да, но вообще-то у нас еще есть наука очень важная, важнее которой нет ничего: мы изучаем языки. И поэтому я хочу выступить в составе этой конференции на тему «Язык и национальная безопасность». Это было за 5 дней до начала конференции. Я подумала, что до следующего года меня никуда не включат, уже программа готова, тут я за год что-нибудь придумаю. На следующий день я получила от бывшего генерала КГБ, который был начальником этого института, директором, и есть, кстати, такое письмо, что, да, мы получили, нам очень интересно, мы вас включаем в пленарный доклад.

Развязка — справедливость восторжествовала, появилось важное и интересное направление исследования:

Вот тут мне не оставалось ничего делать, кроме как написать немедленно доклад, выдумать его как-то. У меня было очень мало дней. И так это всё началось. А теперь каждый год у нас бывает своя секция на этой конференции, которая называется «Язык и национальная безопасность», и к нам приходит много интересного народу. А теперь, когда я вас так вот заинтересовала, надеюсь, заинтриговала, я хочу начать эту тему.

В данной истории можно увидеть все элементы, которые были отмечены ранее как типичные для стратегии сторителлинга в лекции: реальные герои, а лектор — главный герой — справляется со сложной ситуацией; фактическая информация, представленная данными, характеризующими контекст и участников, — *МГУ, лет 10 тому назад, генералы КГБ, декан, ректор*. Лектор использует эмоциональную лексику, например: *хорошая очень практика, плохое и склочное настроение, много интересного наро-*



ду, чем-то загадочным и др. Делясь с аудиторией понятными и знакомыми всем чувствами, лектор, выражая свои эмоции, свое отношение к описываемой проблеме, удерживает внимание слушающих. В историю внедрена прямая речь, иллюстрирующая разговор лектора с другими действующими лицами. Глаголы, конкретизирующие действия, помогают аудитории визуализировать ситуацию: *Приходил приказ, было написано, обеспечить переводчиками, хочу выступить* и др. Примерами средств диалогичности, которые использует лектор, могут служить инклюзивные местоимения (*тема у нас интересная, у нас в МГУ*), местоимения – обращения к аудитории (*вас так вот заинтересовала*).

Заключение

Сторителлинг – активно используемый в современной науке и профессиональной практике термин. Данный феномен актуален для маркетологов, журналистов, психологов и т. д. Исследование истоков сторителлинга можно искать в научных трудах, посвященных изучению нарратива, определяемого, как правило, средством реализации коммуникативной технологии сторителлинга.

В каждой из трех изученных в рамках представленного исследования лекций современных отечественных лингвистов присутствует несколько историй, которые стимулируют ин-

терес аудитории к теме лекции, удерживают ее внимание, интенсифицируют чувство контакта между лектором и аудиторией. Все истории имеют типичную структуру: они включают ситуацию (историю), наполненную эмоциями; действующим лицом в ней выступает лектор и еще кто-то, часто выполняющий функцию «злодея», осложняющего ситуацию. Через свой личный опыт лектор повествует о некоторой реальной проблеме, связанной с темой лекции, и о развязке, раскрывающей основные положения вопроса. Данный комплекс элементов позволяет в доступной и увлекательной форме передать суть обсуждаемого феномена, его оценку лектором. Типичными дискурсивными средствами, задействованными в конструировании технологии сторителлинга в лекционном дискурсе, выступают эмоциональная лексика, фактические данные, глаголы действия, а также средства интенсивной диалогизации дискурса.

В связи с тем, что мы имеем множество каналов, передающих разнообразие информации, удерживать внимание современной аудитории становится всё сложнее. Внимание человека фокусируется на интересной истории, следовательно, технология сторителлинга, являющаяся древней и естественной практикой человеческой коммуникации [15], по нашему мнению, может определяться как одно из эффективных средств коммуницирования информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Челнокова Е.А., Казначеева С.Н., Калинкин К.В., Григорян Н.М. Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций // Перспективы науки и образования. 2017. № 5 (29). URL: pnojournal.wordpress.com/archive17/17-05/ (дата обращения: 21.03.2019).

2. Абрамовских Т.А. Сторителлинг как эффективный механизм формирования позитивного образа современного образования, используемый печатными СМИ // Знак: проблемное поле медиа-образования. 2016. № 5 (22). С. 30–34.

3. Фадеева О.А. Сторителлинг как символическая информационно-коммуникативная технология // Полит. лингвистика. 2015. № 4 (54). С. 150–153.

4. Новичкова А.В., Воскресенская Ю.В. Сторителлинг как современный инструмент управления персоналом // Науковедение. 2014. Вып. 6 (25). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak->

[sovremennyy-instrument-upravleniya-personalom](#) (дата обращения: 20.03.2019).

5. Елисеева Л.А. Наставничество и сторителлинг как эффективные способы трансляции неявного знания // Вестн. Сев. (Арктического) федерального ун-та. Гуманитарные и социальные науки. 2011. № 1. С. 46–49.

6. Минаева Л.В. Корпоративный сторителлинг // Вестн. ун-та. 2016. № 2. С. 247–253.

7. Руденко И.В., Винжегин О.М. Комплекс инструментов управления знаниями в организации // Вестн. Омского ун-та. Экономика. 2009. № 1. С. 54–58.

8. Тер-Минасова С.Г. Язык, коммуникация и национальная безопасность: открытая лекция от 28.04.2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=t6MfsR5mOus> (дата обращения: 02.08.2018).

9. Черниговская Т.В. Мозг Великий обманщик. Как мозг нас обманывает: лекция в компании

BioCard от 03.06.2017. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=t2FyA5eiUQI> (дата обращения: 02.08.2018).

10. **Чернявская В.Е.** Возможна ли безъязыковая коммуникация: поликодовый текст: открытая лекция от 27.04.2018 г. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DmYGt0aj5lw> (дата обращения: 19.06.2018).

11. **Скруппик Р.** Приемы сторителлинга: нарратив и сюжет, без которых не бывает историй // MadCats от 08.05.2017. URL: <http://madcats.ru/content-marketing/storytelling/> (дата обращения: 21.03.2019).

12. **Зотова О.** Сторителлинг и нарративный подход. URL: http://olgazotova.com/narrative_and_storytelling/ (дата обращения: 19.03.2019).

13. **Миташева М.С., Варакин В.С.** Сторителлинг как технологическая основа журналистики (опыт теоретической аргументации) // Концепт. 2017. Т. 2. С. 637–641. URL: <http://e-koncept.ru/2017/570126.htm> (дата обращения: 31.03.2019).

14. **Мłynarczyk R.W.** Storytelling and Academic Discourse: Including More Voices in the Conversation // J. of Basic Writing. 2014. Vol. 33 (1). P. 4–22.

15. **Lin C.C.** Storytelling as Academic Discourse: Bridging the Cultural-Linguistic Divide in the Era of the Common Core // J. of Basic Writing. 2014. Vol. 33 (1). P. 52–73.

16. **Dahlstrom M.** Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. URL: http://www.pnas.org/content/111/Supplement_4/13614 (accessed 03.08.2019).

17. **Slater M.D., Rouner D.** Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion // Communication Theory. 2002. Vol. 12 (2). Pp. 173–191.

18. **Herman D.** Histories of Narrative Theories (1): A Genealogy of Early Developments // A Companion to Narrative Theory. Blackwell Publ., 2005. Pp. 19–35.

19. **Hyvärinen M.** Analyzing narratives and storytelling // The Sage Handbook of Social Research Methods. Sage. 2008. Pp. 447–460. DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446212165.n26>.

20. **Chibana N.** 7 Storytelling Techniques Used by the Most Inspiring TED Presenters. URL: visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters/ (дата обращения: 17.01.2019).

21. **Tannen D.** Conversational Style: Analyzing Talk among Friends. Oxford: Oxford Univ. Press, 2005.

22. **Григорьев С.И.** Проведение контент-анализа. URL: <https://psyfactor.org/lib/k-a2.htm> (дата обращения: 31.03.2019).

23. **Sword H.** Stylish Academic Writing. Cambridge: Harvard Univ. Press, 2012.

Хутыз Ирина Павловна

E-mail: ir_khoutyz@hotmail.com

Статья поступила в редакцию 11.04.2019 г.

REFERENCES

[1] **Chelnokova Ye.A., Kaznacheyeva S.N., Kalinkina K.V., Grigoryan N.M.**, Storytelling as an effective communication technology, Perspektivy Nauki i Obrazovaniya, 5 (29) (2017). Available at: pnojournal.wordpress.com/archive17/17-05/ (accessed 21.03.2019).

[2] **Abramovskikh T.A.**, Storytelling as an effective mechanism for the formation of a positive image of modern education used by the print media, Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya, 5 (22) (2016) 30–34.

[3] **Fadeyeva O.A.**, Storytelling as a symbolic information and communication technology, Politicheskaya lingvistika, 4 (54) (2015) 150–153.

[4] **Novichkova A.V., Voskresenskaya Yu.V.**, Storytelling as a modern personnel management tool, Naukovedeniye, 6 (25) (2014). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-sovremennyy-instrument-upravleniya-personalom> (accessed 20.03.2019).

[5] **Yeliseyeva L.A.**, Mentoring and storytelling as effective ways to translate implicit knowledge, Vestnik

Severnogo (Arkticheskogo) federalnogo univ. Gumanitarnyye i sotsialnyye nauki, 1 (2011) 46–49.

[6] **Minayeva L.V.**, Corporate storytelling, Vestnik univ., 2 (2016) 247–253.

[7] **Rudenko I.V., Vinzhegin O.M.**, Complex knowledge management tools in the organization, Vestnik Omskogo univ. Ekonomika, 1 (2009) 54–58.

[8] **Ter-Minasova S.G.**, Language, communication and national security: open lecture, 28.04.2014. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=t6MfsR5mOus> (accessed 02.08.2018).

[9] **Chernigovskaya T.V.**, The brain is a great deceiver. How the brain deceives us: a lecture at BioCard, 03.06.2017. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=t2FyA5eiUQI> (accessed 02.08.2018).

[10] **Chernyavskaya V.Ye.**, Possible communication without language: polycode text: open lecture, 27.04.2018. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=DmYGt0aj5lw> (accessed 19.06.2018).

[11] **Skrupnik R.**, Storytelling techniques: narrative and plot, without which there are no stories, MadCats, 08.05.2017. Available at: <http://madcats.ru/content-marketing/storytelling/> (accessed 21.03.2019).

[12] **Zotova O.**, Storytelling and narrative approach. Available at: http://olgazotova.com/narrative_and_storytelling/ (accessed 19.03.2019).

[13] **Mitasheva M.S., Varakin V.S.**, Storytelling as a technological basis of journalism (the experience of theoretical argumentation), Kontsept. 2 (2017) 637–641. Available at: <http://e-koncept.ru/2017/570126.htm> (accessed 31.03.2019).

[14] **Mlynarczyk R.W.**, Storytelling and Academic Discourse: Including More Voices in the Conversation, Journal of Basic Writing, 33 (1) (2014) 4–22.

[15] **Lin C.C.**, Storytelling as Academic Discourse: Bridging the Cultural-Linguistic Divide in the Era of the Common Core, Journal of Basic Writing, 33 (1) (2014) 52–73.

[16] **Dahlstrom M.**, Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. Available at: http://www.pnas.org/content/111/Supplement_4/13614 (accessed 03.08.2019).

[17] **Slater M.D., Rouner D.**, Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion, Communication theory, 12 (2) (2002) 173–191.

[18] **Herman D.**, Histories of Narrative Theories (1): A Genealogy of Early Developments, A Companion to Narrative Theory, Blackwell Publ., 2005, pp. 19–35.

[19] **Hyvärinen M.**, Analyzing narratives and story-telling, The Sage Handbook of Social Research Methods. Sage, (2008) 447–460. DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446212165.n26>.

[20] **Chibana N.**, 7 Storytelling Techniques Used by the Most Inspiring TED Presenters. Available at: visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters/ (accessed 17.01. 2019).

[21] **Tannen D.**, Conversational Style: Analyzing Talk among Friends, Oxford Univ. Press, Oxford, 2005.

[22] **Grigoryev S.I.**, Content analysis. Available at: <https://psyfactor.org/lib/k-a2.htm> (accessed 31.03.2019).

[23] **Sword H.**, Stylish Academic Writing, Harvard Univ. Press, Cambridge, 2012.

Khoutyz Irina P.

E-mail: ir_khoutyz@hotmail.com

Received 11.04.2019.