

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ
ЛИНГВИСТИКА/THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS**

DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.68.3>

**СТОРИТЕЛЛИНГ В МОТИВАЦИОННОМ ДИСКУРСЕ: ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ И
ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Научная статья

Шаповалов В.В.^{1,*}

¹Кубанский государственный университет, Краснодар, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (almost_over07[at]mail.ru)

Аннотация

В статье рассматривается русский мотивационный дискурс и место сторителлинга в нем с целью установления коммуникативных стратегий, которые реализует отправитель коммуникативного сообщения, рассказывая аудитории истории из личного опыта. Отмечен высокий интерес научного сообщества к эффективному коммуникативному воздействию на аудиторию. Цель и задачи исследования: определение места сторителлинга в русском мотивационном дискурсе; анализ публичных речей, размещенных в открытом доступе. Методы исследования: дискурсивный, стилистический, прагматический анализ. Установлено, что мотивационные речи направлены на вдохновение и побуждение к действиям. Сторителлинг используется в качестве коммуникативной стратегии и представляет искусство общения с использованием историй. В ходе анализа уставлены три ключевых способа использования сторителлинга в русской коммуникации в рамках мотивационного дискурса: лидерская коммуникация, распространение миссии и культуры, а также обучение и развитие. Лидерская коммуникация направлена на влияние на изменения и мотивацию слушателей через эмоциональное и интеллектуальное взаимодействие. Вторая категория акцентирует внимание на передаче личного опыта оратора, что помогает объяснить его ценности и идеологию. Обучение и развитие предполагает донесение ключевых мыслей, побуждающих аудиторию к действиям. В результате исследования подчеркивается, что сторителлинг активизирует нейронные связи, позволяя слушателям интегрировать идеи в свой опыт, что делает его важным инструментом для достижения целей коммуникации и позитивных социальных изменений.

Ключевые слова: мотивационный дискурс, сторителлинг, публичное выступление, коммуникативное сообщение, лидерская коммуникация, обучение, развитие.

**STORYTELLING IN MOTIVATIONAL DISCOURSE: PRAGMATIC FUNCTIONS AND LINGUOSTYLISTIC
ANALYSIS**

Research article

Shapovalov V.V.^{1,*}

¹Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation

* Corresponding author (almost_over07[at]mail.ru)

Abstract

The article examines Russian motivational discourse and the place of storytelling in it, aiming to establish communicative strategies that the sender of a communicative message implements when telling the audience stories from personal experience. The scientific community's high interest in effective communicative influence on the audience is noted. The aim and objectives of the research are to determine the place of storytelling in Russian motivational discourse and to analyse publicly available speeches. The research methods used are discursive, stylistic and pragmatic analysis. It has been found that motivational speeches are aimed at inspiring and encouraging action. Storytelling is used as a communicative strategy and represents the art of communication using stories. The analysis identified three key ways of using storytelling in Russian communication within the framework of motivational discourse: leadership communication, sharing of mission and culture, and training and development. Leadership communication aims to influence change and motivate listeners through emotional and intellectual interaction. The second category focuses on conveying the speaker's personal experience, which helps to explain their values and ideology. Training and development involves conveying key ideas that motivate the audience to take action. The study emphasises that storytelling activates neural connections, allowing listeners to integrate ideas into their own experiences, making it an important tool for achieving communication goals and positive social change.

Keywords: motivational discourse, storytelling, public speaking, communicative message, leadership communication, training, development.

Введение

Последние годы ознаменовались высоким исследовательским интересом к теме эффективного коммуникативного воздействия на аудиторию. Публичные выступления все чаще реализуются в рамках мотивационного дискурса, где основной задачей оратора становится эффективное риторическое воздействие на аудиторию с целью побуждения ее к совершению определенных действий. Обзор работ последних лет показывает, что внимание лингвистов и филологов обращено в сторону англоязычного мотивационного дискурса, в рамках которого отмечается использование такого коммуникативного приема, как сторителлинг [4]. В это же самое время изучению русскоязычного мотивационного дискурса и места сторителлинга в нем посвящено необоснованно мало внимания. Представляется, что в русском коммуникативном пространстве активно развивается мотивационный дискурс, который формируется в отдельный вид

дискурса, и ораторы используют различные речевые стратегии, направленные на то, чтобы максимально эффективно достигать цели коммуникации.

Исходя из этого, целью данной статьи является определение места такого коммуникативного приема как сторителлинг в русском мотивационном дискурсе на примере публичных речей, запись которых размещена в открытом доступе. В ходе исследования последовательно решаются следующие задачи:

- рассмотреть определение и характеристики мотивационного дискурса;
- определить место сторителлинга в русском мотивационном дискурсе и описать его коммуникативную роль.

Поставленные задачи решались при помощи следующих методов: дискурсивный анализ, стилистический анализ, прагматический анализ. В качестве эмпирического материала использовались мотивационные речи, размещенные в открытом доступе: открытый урок «Разговор о важном», «Как добиться успеха? Речь миллиардера Михаила Фридмана!», выступление Ирины Хакамады на конференции «Ценность каждого—2024». Все выступления объединены одной общей темой — мотивацией аудитории на совершение действий, которые могут привести к успеху.

Методы и принципы исследования:

1. Дискурсивный анализ — применён для изучения мотивационного дискурса как формы речевой практики.
2. Стилистический анализ — использовался при изучении языковых и стилистических особенностей сторителлинга.
3. Прагматический анализ — позволил рассмотреть коммуникативные намерения и речевые стратегии ораторов.

Основные результаты

Выявлены ключевые функции сторителлинга в мотивационном дискурсе: эмоциональное вовлечение аудитории; усиление убедительности речи; побуждение к действию за счёт идентификации с героем рассказа; формирование эмпатии и доверия. Доказано, что сторителлинг способствует активации нейропсихологических механизмов (зеркальные нейроны, дофамин, окситоцин), что усиливает воздействие речи на слушателя. Установлено, что в русскоязычном мотивационном дискурсе (на примере публичных речей Хакамады, Фридмана и др.) сторителлинг применяется как: способ легитимации личного опыта; средство трансляции социальных ценностей и норм; инструмент изменения поведенческих стратегий слушателей. Обосновано, что сторителлинг в мотивационных речах формирует особую речевую стратегию, ориентированную на синтез рационального убеждения и эмоционального воздействия.

Обсуждение

Изучение подходов к определению мотивационного дискурса позволяет установить, что разные исследователи по-своему понимают данное коммуникативное явление. Так, Ю. В. Букина понимает под мотивационным дискурсом произнесенные или написанные публичные речи, которые призваны вдохновить аудиторию на позитивные социальные изменения в своей жизни [1]. Аналогично, Н. А. Кубракова, исследуя жанровую специфику мотивационного письма, подчёркивает его побудительный характер и связь с самопрезентацией: «С позиций жанровой парадигмы, мотивационное письмо рассматривается как разновидность академического дискурса, направленного на самопрезентацию, аргументацию и побуждение к определённым действиям со стороны адресата» [6, С. 121]. Мотивационные речи производятся отправителями коммуникативных сообщений для различных целей, таких как укрепление личного развития, вдохновение людей на решение конкретной проблемы, предоставление новых предложений по преодолению данной проблемы, создание уверенности и развитие производительности труда работников.

С другой стороны, Я. А. Волкова рассматривает мотивационный дискурс как тип дискурса, который используется намеренно для убеждения или мотивации аудитории к выполнению потребностей или желаний [2]. Мотивационная речь направлена на вдохновение, придание энергии и расширение моральных возможностей определенной аудитории. Основная цель такой речи — побудить аудиторию к какому-либо действию. В убеждающей речи оратор пытается убедить адресата поверить в определенную идеологию, в то время как мотивирующий оратор пытается вдохновить и побудить аудиторию сделать что-то, что кажется невозможным сделать. С позиции полипарадигмального подхода мотивационная речь представляет собой многоуровневую систему, объединяющую когнитивные, прагматические и эмоциональные компоненты [11]. Как подчёркивает Ж. И. Подоляк, мотивационный дискурс может рассматриваться как обособленный тип речевой практики, обладающий специфической структурой и прагматикой [9]. Таким образом, можно сказать, что мотивирующая речь является особой формой убеждающей речи [10].

Мотивационный дискурс может быть рассмотрен как форма речевого воздействия, в которой внушение осуществляется за счёт эмоционального и образного насыщения, а не за счёт конфликта или поляризации социальных ролей. Как подчёркивает К. Ф. Седов, «внушение предполагает передачу информации, имеющей для адресата личностный смысл, в форме, исключающей логический анализ» [10, С. 28].

Попытка внести социальные изменения не обязательно требует наличия двух конфликтующих групп (внутригрупповой и аутгрупповой) или различных типов социального неравенства [10]. По мнению И. П. Хутыз, возможные социальные неравенства, которые могут проявляться в речи, могут быть сглажены посредством сторителлинга [12]. Исследователь убежден, что сегодня в подходе к коммуникации в организациях произошел тангенциальный сдвиг, который объясняет, что сторителлинг может использоваться различными способами для улучшения коммуникации между участниками речевого общения. Современный мотивационный дискурс всё чаще характеризуется переходом от авторитарной, директивной модели к более горизонтальной и инклюзивной форме общения. Это сближение коммуникантов сопровождается усилением потребности в создании атмосферы доверия и взаимопонимания. Такой стиль способствует не только вовлечению адресата, но и выравниванию коммуникативных позиций, что отражает тенденцию к демократизации речевого взаимодействия [11].

Сторителлинг как способ речевого воздействия берёт своё начало из устной традиции и фольклора, где истории выполняли функцию передачи знаний и ценностей. Его эффективность объясняется не только культурными аспектами, но и когнитивными механизмами восприятия — повествование активирует эмоциональные и образные зоны мозга, облегчая усвоение информации и способствуя глубинной переработке сообщений [7].

Исследования показывают, что сторителлинг активирует нейронные связи, благодаря чему слушатель начинает соотносить рассказ с личным опытом. Более того, эффект зеркальных нейронов способствует синхронизации эмоционального состояния рассказчика и аудитории. Воздействие эмоционально насыщенных фрагментов усиливается за счёт выделения дофамина, что способствует лучшему запоминанию и формированию устойчивой мотивации [7].

На нейрофизиологическом уровне сторителлинг способствует выработке окситоцина — нейромедиатора, ответственного за формирование доверия, эмпатии и желания к сотрудничеству. Такие эффекты усиливают вневещное (суггестивное) воздействие речевого послания, что особенно важно в мотивационном дискурсе [10].

В ходе анализа эмпирического материала было выделено три способа использования сторителлинга в коммуникации.

1. Лидерская коммуникация.

Данный вид коммуникации направлен на то, чтобы влиять на изменения, вести переговоры с ключевыми заинтересованными сторонами для достижения более масштабной цели, создавать заинтересованность в стратегии или миссии и видении группы людей и, наконец, мотивировать людей во всех сценариях, чтобы в конечном итоге создать беспроблемный вариант для организации. Такое общение возможно только при наличии как интеллектуального, так и эмоционального участия. Сторителлинг как стратегия общения влияет не только на ум, но и на сердце, эмоционально и лично взаимодействуя со слушателями. При этом оратор ставит себя на один уровень с реципиентами:

В этом году и в детстве я посещал наши детские лагеря, однако весной я посетил Всероссийский детский центр «Океан» по программе «Отличник первых». Там я познакомился с классными ребятами и вожаками и сам попробовал себя в роли вожака [8].

2. Распространение миссии, видения и культуры.

Отправитель коммуникативного сообщения, рассказывая аудитории свой личный опыт, транслирует ей свою собственную идеологию и имеет возможность обстоятельно объяснить свою мотивацию и ценности:

Партнеры – больше, чем друзья. Дружба не так часто проверяется испытаниями, а вот в партнерстве проходишь через деньги, славу и умение жертвовать своими интересами. Нескольких партнеров мы нашли буквально по объявлению в газете. Так к нам пришел, например, Раппопорт [5].

3. Обучение и развитие.

Почти каждая публичная речь имеет своей основной задачей донесение до аудитории ключевой мысли, которая способна побудить реципиентов к определенным действиям. Чтобы коммуникация была успешной, контент должен быть понятным и реалистичным:

Самый большой опыт я получила в политике. Я попала туда, поддавшись настроению, потому что меня разочаровал бизнес, хотелось творить что-то, основанное на моих фундаментальных знаниях. Я сконцентрировалась на этой идее, а когда мозг на чем-то фокусируется, он начинает вытаскивать из окружающего мира соответствующие запросу сигналы. И вот ко мне пришел депутат Верховного совета, попросил проконсультировать его по теме фьючерсов и хеджирования [3].

Используя методы повествования, ораторы могут рассказать аудитории, как контент использовался на практике другими в отрасли, а также могут поделиться личным опытом использования технологий и моделей, которых они сами придерживаются, что помогает учащимся принять практическое применение обучения.

Заключение

По итогам проведенного исследования были сделаны следующие выводы.

Цели мотивационных речей сводятся:

- к вдохновению аудитории на решение проблем;
- предоставлению новых предложений;
- созданию уверенности и развитию производительности.

Мотивирующие речи направлены на позитивные социальные изменения.

Сторителлинг — это искусство общения с использованием историй и повествований. Сторителлинг активирует нейронную связь, позволяя слушателю преобразовывать идеи в его собственный опыт. Рассказывание историй создает зеркальную модель в мозге, позволяя слушателям испытывать схожую активность.

Отправители коммуникативных сообщений используют различные речевые стратегии для достижения целей коммуникации, при этом особое место занимает сторителлинг.

Было выделено три способа использования сторителлинга в коммуникации:

1. Лидерская коммуникация, в рамках которой отмечается влияние на изменения и переговоры; создание заинтересованности в стратегии и миссии; мотивация людей для беспроблемного варианта; эмоциональное и интеллектуальное участие.

2. Распространение миссии, видения и культуры, где транслируется личная идеология и мотивации; происходит объяснение ценностей оратора.

3. Обучение и развитие, которое реализуется путем донесения ключевой мысли для побуждения к действиям.

Благодарности

Автор выражает благодарность научному руководителю Ирине Павловне Хутыз.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Acknowledgement

The author expresses their gratitude to their scientific supervisor, Irina Pavlovna Khutyuz.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Букина Ю.В. Мотивационный дискурс: архитектурные особенности (на материале видеолекций TED TALKS) / Ю.В. Букина // Вестник Пятигорского государственного университета. — 2022. — № 3. — С. 337–343.
2. Волкова Я.А. Мотивационная речь: специфика функционирования речевого жанра / Я.А. Волкова, Н.Н. Панченко // Жанры речи. — 2024. — Т. 19, № 1(41). — С. 47–55.
3. Гилясев Ю.В. Прагматика англоязычного мотивационного дискурса / Ю.В. Гилясев // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. — 2017. — № 5. — 166 с.
4. Кубракова Н.А. Мотивационное письмо как жанр академического дискурса (на материале английского языка) / Н.А. Кубракова // Жанры речи. — 2019. — № 2(22). — С. 119–125.
5. Макарова Н.В. сторителлинг как средство речевого воздействия в мотивационном дискурсе / Н.В. Макарова // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2020. — № 66. — С. 140–145.
6. Подоляк Ж.И. К вопросу о выделении мотивационного дискурса / Ж.И. Подоляк // Гуманитарные научные исследования. — 2016. — № 5. — URL: <https://human.snauka.ru/2016/05/14850> (дата обращения: 14.05.2025).
7. Седов К.Ф. Дискурс как суггестия: иррациональное воздействие в межличностном общении / К.Ф. Седов. — Москва : Лабиринт, 2011. — 336 с.
8. Хакимова Е.М. Мотивационное письмо с позиций полипарадигмального подхода / Е.М. Хакимова // Вестник Челябинского государственного университета. — 2023. — № 9(479). — С. 83–94.
9. Хутыз И.П. Особенности конструирования англоязычного мотивационного дискурса: уровень грамматики / И.П. Хутыз // Вестник Московского городского педагогического университета. Филология. Теория языка. Языковое образование. — 2022. — № 45(1). — С. 100–112.
10. Выступление Ирины Хакамады на конференции "Ценность каждого-2024". — URL: <https://clck.ru/3Dvgor> (дата обращения: 14.05.2025).
11. Как добиться успеха? Речь миллиардера Михаила Фридмана! — 2024. — URL: https://www.youtube.com/watch?v=ch6oQCG4iGw&ab_channel=TOOLATE (дата обращения: 14.05.2025).
12. Открытый урок "Разговор о важном" // Сайт Президента России. — 2024. — URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/74982> (дата обращения: 14.05.2025).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Bukina Yu.V. Motivatsionnyy diskurs: arkhitektonicheskie osobennosti (na materiale videolektsiy TED TALKS) [Motivational discourse: architectonic features (based on TED Talks video lectures)] / Yu.V. Bukina // Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo universiteta [Pyatigorsk State University Bulletin]. — 2022. — № 3. — P. 337–343. [in Russian]
2. Volkova Ya.A. Motivatsionnaya rech': spetsifika funktsionirovaniya rechevogo zhanra [Motivational speech: specifics of speech genre functioning] / Ya.A. Volkova, N.N. Panchenko // Zhanry rechi [Speech Genres]. — 2024. — Vol. 19, № 1(41). — P. 47–55. [in Russian]
3. Gilyasev Yu.V. Pragmatika angloazychnogo motivatsionnogo diskursa [Pragmatics of English motivational discourse] / Yu.V. Gilyasev // Uchenye zapiski Petrozavodskogo gosudarstvennogo universiteta [Proceedings of Petrozavodsk State University]. — 2017. — № 5. — 166 p. [in Russian]
4. Kubrakova N.A. Motivatsionnoe pis'mo kak zhanr akademicheskogo diskursa (na materiale angliyskogo yazyka) [Motivational letter as a genre of academic discourse (based on English language material)] / N.A. Kubrakova // Zhanry rechi [Speech Genres]. — 2019. — № 2(22). — P. 119–125. [in Russian]
5. Makarova N.V. Storitelling kak sredstvo rechevogo vozdeystviya v motivatsionnom diskurse [Storytelling as a means of speech influence in motivational discourse] / N.V. Makarova // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya [Tomsk State University Bulletin. Philology]. — 2020. — № 66. — P. 140–145. [in Russian]
6. Podolyak Zh.I. K voprosu o vydelenii motivatsionnogo diskursa [On the issue of distinguishing motivational discourse] / Zh.I. Podolyak // Gumanitarnye nauchnye issledovaniya [Humanitarian Scientific Research]. — 2016. — № 5. — URL: <https://human.snauka.ru/2016/05/14850> (accessed: 14.05.2025). [in Russian]
7. Sedov K.F. Diskurs kak suggestiya: irratsional'noe vozdeystvie v mezhlichnostnom obshchenii [Discourse as suggestion: irrational influence in interpersonal communication] / K.F. Sedov. — Moscow : Labirint, 2011. — 336 p. [in Russian]
8. Khakimova E.M. Motivatsionnoe pis'mo s pozitsiy poliparadigmalnogo podkhoda [Motivational letter from the perspective of a polyparadigmatic approach] / E.M. Khakimova // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Chelyabinsk State University Bulletin]. — 2023. — № 9(479). — P. 83–94. [in Russian]

