

Пеленейченко Л. М.

Національна академія Національної гвардії України

УМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВПЛИВОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАРАТИВУ В СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Стаття присвячена обґрунтуванню умов, які забезпечують реалізацію позитивного прагматичного потенціалу наративу в соціальних комунікаціях України. Показано, що наратив має значний прагматичний потенціал, впливаючи на окрему людину й на соціум загалом. Неякісно поданий текст названого жанру здатен не тільки погіршити психологічний стан людини, а і спровокувати соціальну тривогу, масові заворушення, порушення громадського спокою в країні.

До аналізу матеріалу в роботі обрано дискурсивний підхід, у межах якого наратив визначається як текст, створений у певних соціальних умовах і зумовлений ними, а його аналіз передбачає характеристику контекстів трьох видів – соціального (ким і для кого створено текст, які позамовні фактори спонукали до його створення), прагматичного (з якою метою створено текст, які комунікативні стратегії використано автором, як узято до уваги фактор адресата) і власне лінгвістичного (а саме комунікативного: як у тексті враховані закони подавання інформації та максими комунікації; наскільки успішною була комунікація з використанням наративу). Успішність чи неуспішність наративу визначається за ознакою його впливу на громадськість – позитивного чи деструктивного.

Доведено та проілюстровано прикладами, що позитивний вплив на громадськість здійснюється в тих випадках, коли в текстах наративу враховані максими повноти, релевантності, ясності, якості, такту, а також коли прагматичний потенціал наративу збагачено елементами персуазиву та рефутативу.

На прикладі комунікативної взаємодії владних структур і громадян виявлені й пояснені механізми деструктивного впливу наративу на громадськість. Обґрунтовані умови, які забезпечують реалізацію позитивного впливу наративу: відповідність тексту наративу максимам комунікації, зокрема максими такту; оптимальне дозування інформації наративу; збагачення прагматичного потенціалу наративу елементами персуазиву та рефутативу; урахування можливого суспільного резонансу, зумовленого наративом; запобігання створенню масової тривоги, занепокоєності громадян.

Як пропозиція висловлена думка, що знання про максими комунікації та її закономірності доцільно популяризувати серед представників владних структур.

Ключові слова: наратив, позитивний вплив, деструктивний вплив, максими комунікації, персуазив, рефутатив.

Постановка проблеми. У сучасних гуманітарних науках переконливо доведена роль наративу в соціальних комунікаціях [1; 9; 10]. Філософи й соціологи, психологи й філологи попри деякі відмінності у визначенні названого феномену та його функцій однакові в питанні щодо його ролі в систематизації загальнолюдського досвіду, який зумовлює поведінку кожної окремої людини та її психологічний стан [7; 11, с. 4], а як підсумок – і морально-психологічний стан спільноти загалом. Практика комунікативної взаємодії людей у суспільстві не тільки підтвердила цю роль, а й показала її залежність від якості наративу. Стало зрозуміло, що неякісно поданий наратив здатен погіршити психологічний стан людини й навіть спровокувати масові завору-

шення, які негативно впливають на громадський порядок у країні. Тим часом питання про умови, які забезпечують позитивний результат реалізації впливового потенціалу наративу, ще не вивчене вичерпно. Серед численних аспектів його аналізу щільне місце посідає комунікативний, який перебуває на перетині теорії комунікації, прагматичної лінгвістики, психології й соціології. Якщо сформулювати основне питання названого аспекту як наукову проблему, то воно матиме такий вигляд: яким має бути наратив у соціальних комунікаціях, щоб він був успішним, не здійснював деструктивний вплив на громадськість. Актуальність і нагальна необхідність аналізу сформульованої проблеми зумовлені тим, що в нашу добу неякісно поданий у соціальних комунікаціях наратив часто

зумовлює неспокій у суспільстві, а отже, комплекс відповідних питань потребує осмислення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ознайомлення з теоретичними джерелами засвідчило, що проблемам нарративу приділяється увага в різних наукових парадигмах і це забезпечило передумови для подальших наукових студій. Так, обґрунтовано сфери використання нарративу у психології [7; 11], мовознавстві [1; 3] та інших науках [2; 5; 6; 9; 10]. Доведена специфіка нарративу в діяльності психологів [7; 11]; виявлено загальнонаукові підходи до аналізу його функцій у працях філософів [1; 2]; розкрито специфіку гранд-нарративу та його малих форм у дослідженнях істориків [5], показана роль нарративу у стратегічних комунікаціях [10]. Відштовхуючись від згаданих та інших напрацювань, науковці отримали міцну основу, на якій можна заповнити прогалини. До таких білих плям належать численні питання, починаючи від обґрунтування умов, які забезпечують успішність використання нарративу, й закінчуючи виявленням особливостей його практичної реалізації в соціальній комунікативній взаємодії, встановленні факторів успіху та причин помилок. З огляду на ступінь вивченості проблеми була сформульована мета цієї статті.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування умов, необхідних для реалізації позитивного прагматичного потенціалу нарративу в соціальних комунікаціях.

Досягнення поставленої мети передбачає поетапне виконання декількох завдань, а саме: обґрунтування підходів до аналізу проблеми та концептуальних засад дослідження; виявлення особливостей реальних текстів нарративу, чинників їх успіхів і помилок; обґрунтування рекомендацій, які забезпечують успішність впливу нарративу на громадськість у соціальних комунікаціях.

Виклад основного матеріалу. Формуючи підходи до аналізу проблеми, ми взяли до уваги той факт, що обраний нами феномен перебуває на перетині наук. Саме тому в теоретичних джерелах представлено різні дефініції нарративу. Зауважимо, що вони не суперечать одна одній, а акцентують увагу на різних ознаках названого поняття. До того ж визначення науковців різних сфер пізнання збігаються в тому, що нарратив – це розповідь. Уточнення, представлені у визначеннях різних авторів, приймаємо, оскільки вони є цілком коректними. Так, не можна заперечувати, що нарратив є історично й культурно обґрунтованою інтерпретацією окремого аспекту світу з певних позицій [1]. Відповідає реальності й думка про

те, що нарратив – це вербальне викладення подій, спосіб існування розповідного тексту [1]. Безсумнівним є розуміння розповіді як спілкування між оповідачем і читачем, який стверджується в межах літературознавчого підходу [8]. Логічним є й лінгвістичне розуміння нарративу як зафіксованого у формі тексту дискурсивного утворення, що є переказом низки взаємопов'язаних подій, які відбуваються в певних просторово-часових межах [3, с. 17]. Спільним для всіх наук є й положення про вплив нарративу на діяльність людей. Так, психологи зазначають: «Витоком нового інтересу до нарративу в гуманітарних та соціальних науках було відкриття у 80-х роках минулого століття того, що оповідна форма є фундаментальною психологічною, філософською, лінгвістичною та культурологічною основою наших намагань прийти до згоди із природою та умовами існування» [11, с. 3].

Відмінності у визначеннях зумовлюють наявність різних підходів до дослідження нарративу. Не ставлячи за мету їх детальне аналізування, зауважимо, що наше дослідження базується на засадах прагматичної лінгвістики. Вибравши як основний дискурсивний підхід, фрагментарно залучаємо до аналізу надбання інших наук, як-от філософії, соціології, психології. Дискурсивний підхід означає, що в дослідженні маємо виявляти особливості змісту розповіді з урахуванням конкретних умов ситуації. Інтерпретуючи дискурс як текст, створений у певних позалінгвальних умовах і зумовлений ними, ми водночас репрезентуємо й обране нами визначення нарративу. У межах дискурсивного підходу нарратив – це текст, і його аналіз передбачає характеристику контекстів трьох видів [4] – соціального (ким і для кого створено текст, які позамовні фактори спонукали до його створення), прагматичного (з якою метою створено текст, які комунікативні стратегії використано автором, як узятю до уваги фактор адресата) і власне лінгвістичного (в нашому підході – комунікативного: як у тексті враховані закони подавання інформації та максими комунікації; наскільки успішною була комунікація з використанням нарративу). Успішність чи неуспішність нарративу визначаємо зі зверненням до наукової парадигми соціальних комунікацій. Термін «соціальні комунікації» вживаємо в загальноприйнятому визначенні – як обмін інформацією, знаннями, ідеями, досвідом та іншими знаковими повідомленнями між соціально визначеними групами людей. Види соціальних комунікацій можна виокремлювати за різними ознаками: соціальним статусом учасників

взаємодії; інформаційним простором, у якому вони представлені; темою інформації; способом її вираження тощо. У нашій роботі розглядаємо комунікації, представлені в мережі «Інтернет» і виражені у формі друкованих текстів або відеороликів. З огляду на різноманітність таких комунікацій і неможливість схарактеризувати їх у межах однієї статті обираємо для аналізу два види за ознакою соціального статусу учасників: комунікації владних структур із громадянами й меседжі окремих інтернет-видань (порталів) та прес-служб силових структур, адресовані широкому загалу. Спираючись на інформацію про функції соціальних комунікацій [9], зосередимо увагу на їх конкретизації, привернувши для цього реальні тексти нарративу, подані в інтернеті.

Тексти нарративу мають бути спрямовані на реалізацію функцій соціальних комунікацій: інформаційної, експресивної, прагматичної. Інформаційна функція виконується нарративом у тих випадках, коли громадськість стає добре поінформованою щодо тих чи інших подій, їх причин, плину, результатів. Якісна розповідь забезпечує й виконання експресивної функції: соціальна спільнота чітко визначається з оцінкою отриманої інформації. Із експресивною тісно пов'язана прагматична функція: у разі позитивної оцінки громадськість перебуває у стані спокою, в кожного громадянина загалом відсутня тривога за власне життя та життя його дітей; масових заворушень і безладів немає. У разі негативної оцінки порушується одна або більше з наведених ознак.

Аналіз текстів нарративу показав, що позитивний вплив на громадськість здійснюється тоді, коли вони відповідають певним умовам, а саме:

1) інформація подається чітко, зрозуміло; наводяться аргументи в необхідній і достатній кількості; зміст тексту нарративу повністю відповідає типу ситуації, про яку йдеться. Як бачимо, фактично наведена умова відтворює окремі максимуми комунікації: максимум повноти, релевантності та ясності;

2) зміст тексту нарративу відображає реальну подію; факти не містять фальші, неістинної інформації. Інакше кажучи, задовольняються вимоги максимуми якості;

3) зміст нарративу відповідає загальнонародським моральним нормам, відтворює загальнонародні ціннісні пріоритети, тобто задовольняє вимогам максимум такту, симпатії, а також комунікативним стратегіям ввічливості та співробітництва.

Саме такими є, наприклад, розповіді про участь жінок в ООС, про мужність наших захис-

ників, про патріотизм і стійкість кіборгів – нарративи цього типу широко представлені в інтернет-виданнях «Українська правда», «Цензор.Нет», на сайтах прес-служб силових структур. Прагматичний потенціал текстів нарративу аналізованого типу є багатоаспектним і дещо виходить за межі власне нарративу, набуваючи ознак персуазиву, а часто й рефутативу. Він спрямований не тільки на констатацію фактів і пояснення їх появи, а ще й на виховання патріотизму, формування почуття гордості за українців і навіть на спростування застарілих стереотипів. Наведемо фрагмент такого нарративу, представленого в документальному кінофільмі «Невидимий батальйон» (авторка ідеї – Марія Берлинська, режисер – Ірина Цілик). Цей документальний кінофільм був підготовлений для широкого загалу і ставив за мету познайомити громадськість із героїзмом жінок, які поряд із чоловіками стали на захист України. Проте прагматичний потенціал фільму виходить за межі суто нарративу як розповіді з поясненням. Автори вміло поєднали текст власне нарративу, який озвучує диктор, із текстами інтерв'ю, які дають героїні фільму інтернет-виданням, зокрема «Цензор.Нет».

Руйнувала міф «жінкам в армії не місце» також Юлія Матвієнко, яка 5 років воювала на Донбасі за цілісність Української території. *Її фронтова історія, як і в багатьох бійців, почалась із Майдану, далі була війна. Історія Юлії – це схема, за якою на фронт потрапили більшість бійчинь та бійців. Юлія Матвієнко, снайпер, позивний «Білка» на війні з перших днів – спочатку як волонтер, а з кінця 2014 року військовослужбовець. За бойові заслуги у 2016 році нагороджена орденом «За мужність». За чесність, доброту і принципи «Білку» люблять побратими, а колеги по снайперській справі з повагою говорять, що вона «безбашенна», йде туди, де не всі мужики зможуть. Земляки-запорожці просто пишуться своєю рудою Героїнею. Юлія постійно перебуває на передовій. Вона дала своє інтерв'ю на офіційному сайті ЦЕНЗОР.НЕТ під назвою «Я пішла не в армію, а на війну» де розповіла про свій бойовий шлях військової».*

Як видно з наведеного прикладу, текст диктора побудований так, що він апелює не тільки до раціонального сприйняття інформації, а ще й до емоційного. Відеоряд ілюструє розповідь і водночас здійснює вплив на емоції адресатів, підтримуючи реалізацію прагматичного потенціалу вербального тексту.

Завдячуючи вміло побудованим текстам наративу, спростовано багато фейків інформаційної війни. Так, громадськість познайомилась із реальними, а не вигаданими фактами про Степана Бандеру, про те, як нібито Хрущов «подарував» Україні Крим, про поняття фейків ворожої пропаганди та способи їх розпізнавання тощо. Необхідно зауважити, що в українських інтернет-виданнях та прес-службах тексти наративу побудовані професійно, і їхній позитивний прагматичний потенціал реалізується повною мірою. Саме вони перебувають на передовій лінії інформаційної війни, розвінчуючи технології ворожої пропаганди. Тексти аналізованого типу завжди орієнтовані на цільову аудиторію пересічного громадянина України, який опинився у складних умовах інформаційних атак на країну, її владу, силові структури, її історію й сучасність.

Наведемо фрагмент меседжу інтернет-видання «Цензор.Нет», опублікованого 11 листопада 2014 року під назвою «Як російські ЗМІ перетворили мирних українців у фашистів».

Дегуманізація супротивника: «кропи» і «фашистська хунта»

Постає питання, як конструювався образ ворога. По-перше, був застосований геніальний винахід. Якщо ставитись до цього абстрактно, як до абстрактного прикладу державного піару й державної пропаганди, то тут зовсім безпомилкове влучення, у всіх підручниках про це має бути написано. Це переклад конфлікту на мову Великої Вітчизняної війни. Ми маємо справу не з революцією, не з антиурядовими виступами, не зі зміною влади, а з «фашистською хунтою», яка відправляє на схід «каральні загони». Людина, яка зіштовхнулася із цією лексикою, уже не може відсторонено дивитись на події, вона виявляється всередині історії священної війни, в якій уже на лексичному рівні зрозуміло, де – добро, а де – зло. Вона попадає в підручник історії, в розділ, де наші борються з фашистами. І всі заперечення щодо цієї картини світу виглядають жалюгідним белькотінням зрадників батьківщини, фашистських посібників і нацистських підстилок. Не знаю, кому належить ідея, але розіграно це блискуче...

Наведений фрагмент, як і стаття загалом, являє собою приклад наративу, але спосіб розповіді й пояснення збагачує прагматичний потенціал тексту, викликаючи в користувачів інтернету – адресатів – засудження ворога, обурення його чорними технологіями. Намагаючись дійти до кожного адресата, автори обирають стратегію діалогу з користувачем інтернету, щой реалі-

зується у формі запитання, на яке самі ж автори й відповідають. У статті показано, як вороги маніпулюють словами, формуючи потрібні їм оцінки й картину світу в українців. Тут виразно помітні елементи рефутативу: спростовуються брехливі твердження ворогів. Можна говорити про те, що наратив наведеного типу здійснює на адресатів позитивний вплив, формуючи в них критичність сприйняття повідомлень ворожої пропаганди.

Проте, на жаль, часто наратив здійснює деструктивний вплив на громадськість. Такий вплив ми зафіксували в комунікативній взаємодії із громадянами деяких представників владних структур. Наприклад, один із офіційних представників влади заявив, що українці занадто багато їдять; другий порадив бабусі продати собаку, щоб сплатити податки; третя повідомила, що не може собі дозволити народити дитину через матеріальні статки, назвавши разом суму заробітної платні, яку деякі з пересічних громадян ніколи і в руках не тримали. Результат сприйняття такого наративу всі добре пам'ятають: обурення громадян, формування негативного ставлення до влади, недовіра до її дій, а тому – й соціальна тривога. У разі, коли широкому загалу подається наратив із грубими помилками комунікації, завжди доводиться створювати ще один – назвемо його вторинним, оскільки він стосується конкретного наративу, поданого раніше. Вторинна розповідь обов'язково містить два структурних компоненти: вибачення перед громадськістю та інше пояснення викладеної в минулому думки. Наведені приклади переконують, що представникам владних структур варто відновити в пам'яті інформацію про максими комунікації, комунікативні стратегії ввічливості, фактор адресата і зважено ставитись до того, що вони говорять.

У комунікаціях владних структур із громадянами вкрай важливо оптимально використати максимум дозованості наративу. Негативний ефект ігнорування названої максими помічаємо в таких випадках:

- 1) коли текстів наративу на одну й ту саму тему забагато;
- 2) коли текстів наративу замало;
- 3) коли в розповіді з поясненнями подається неправдива інформація;
- 4) коли зовсім немає ні розповіді, ні пояснень – владні структури відмовчуються.

Перші дві помилки можна проілюструвати меседжами про коронавірус, розповідь із поясненням про який кожного дня протягом місяця транслювалася на всіх каналах телебачення, новини про який переповнювали інтернет.

До того ж у текстах нарративу повідомлялось переважно про негативні наслідки пандемії, вражаючу кількість померлих від цієї хвороби, небувалу швидкість поширення тощо. Пересічним громадянам розповідали і про заходи особистої безпеки, проте наголошувалось на їх недостатню дієвість. У тексті нарративу представника влади з'явилась приголомшлива новина про те, що в Україні всі пенсіонери помруть від коронавірусу, – комунікативна помилка нарративу, за яку пізніше довелося виправдовуватись. Текстів нарративу, які б мали підтримати людей, було замало: загалом вони зводились до повідомлення про те, що кількість тих, хто одужав, переважає кількість тих, хто помер. Так помилки нарративу додали до пандемії вірусу ще одну – пандемію паніки, що спричинило і провокації в Санжарах, й інші схожі події. І тільки пізніше стали з'являтися зважені нарративи, зокрема й у виступах Президента. Вони містили не тільки статистичні дані, а ще й вселяли віру в те, що про громадян України влада піклується. Попри недовіру українців до влади все ж з'являлись маленькі промінці надії. Так, пояснюючи необхідність введення карантину, Президент сказав:

<...> Було вирішено запровадити низку заходів задля безпеки життя та здоров'я українців. Багато із цих заходів аналогічні діям країн, де статистика в десять і навіть сто разів гірша від України.

Але ми не будемо чекати офіційної сотні або тисячі хворих.

У питанні життя і здоров'я українців не може бути «передчасно». Може бути запізно. Саме тому ми діємо рішуче й на випередження.

Нагадаємо, що в межах нашої статті аналізуємо тільки тексти нарративу, а не діяльність владних структур загалом. Наведений нарратив мав позитивний результат: українці з розумінням поставились до введення карантину.

Висновки і пропозиції. Спостереження над прикладами реалізації впливового потенціалу нарративу дали підстави зробити висновки про умови, які забезпечують його успішність у комунікативній взаємодії із громадськістю. До них належать такі: відповідність тексту нарративу максимам комунікації, зокрема максимі такту; оптимальне дозування інформації нарративу; збагачення прагматичного потенціалу нарративу елементами персуазиву та рефутативу; урахування можливого суспільного резонансу, зумовленого нарративом; запобігання створенню масової тривоги, занепокоєності громадян.

Як пропозицію висловлюємо думку про корисність популяризації знань про максими комунікації та її закономірності серед представників владних структур.

Необхідно зауважити, що помилки нарративу в соціальних комунікаціях можуть бути зумовлені тим, що на сьогодні не обґрунтовані вимоги до названого жанру. На цей факт наголошувалось у наукових джерелах [10]. Крім того, не визначена специфіка стратегічного нарративу загалом і в соціальних комунікаціях зокрема.

Обґрунтування вимог до нарративу для соціальних комунікацій в Україні та встановлення специфіки його стратегічного різновиду розглядаємо як перспективу дослідження теми.

Список літератури:

1. Алексанян Е. А. Новации нарратива XX века (Les innovations du style narratif du XX siècle) (франц). *Традиции и новаторства в обществе и культуре*. Вена, 2005. URL: <https://www.google.com/search.client>.
2. Афанасьев О. І. Василенко І. Л. Функції нарративу в науковому тексті. URL: <https://www.sworld.com.ua/simpoz5/20.pdf>.
3. Бистров Я. В. Англомовний біографічний нарратив у вимірах когнітивної лінгвістики і синергетики : монографія. Київ ; Івано-Франківськ, 2016. 320 с.
4. Дейк ван Т. А. Язык, познание, коммуникация. Москва, 1989. 312 с.
5. Казаков М. Гранд-нарратив у історії. *Спільне*. URL: <https://commons.com.ua/uk/grand-narativ-u-istoriyi/>.
6. Карабаева А. Г. Нарратив в науке и образовании. *Инновации и образование : сборник материалов конференции. Серия «Супросит»*, вып. 29. Санкт-Петербург, 2003. С. 89–96.
7. Кроссли М. Л. Нарративная психология. Харьков, 2013. 284 с.
8. Повествование. *Литературная энциклопедия терминов и понятий*/под ред. А. Н. Николюкина, 2001. Стб. 750—751.
9. Почепцов Г. Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології. *Комунікація*, 2010. № 1. С. 19–26.
10. Стратегічний нарратив: до проблеми реалізації сутнісної складової стратегічних комунікацій в Україні. *Аналітична записка*. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/strategichniy-narativ-do-problemi-realizacii-sutnisnoi>.
11. Чепелева Н. В, Смульсон М. Л., Шиловська О. М., Гуцол С. Ю. Нарративні психотехнології / за заг. ред. Н. В. Чепелевої. Київ, 2007. 162 с.

Pelepeychenko L. M. CONDITIONS OF IMPLEMENTING THE IMPACT POTENTIAL OF THE NARRATIVE IN SOCIAL COMMUNICATIONS

The article deals with the substantiation of the conditions that ensure the realization of the positive pragmatic potential of narrative in social communications of Ukraine. It has been shown that narrative has considerable pragmatic potential, affecting the individual and society as a whole. Bad text of the named genre can not only worsen a person's psychological state, but also provoke social anxiety, mass unrest, and disturbance of public peace in the country.

A discursive approach is chosen to analyze the material in which narrative is defined as a text created in certain social conditions and predetermined by them, and its analysis allow for description of the contexts of the three types – the social (by whom and for whom the text was created, what the extra linguistic factors prompted for its creation), pragmatic (what is the purpose of creating the text, what communicative strategies the author uses, as the addressee factor is taken into account) and proper linguistic (namely communicative: how the laws of the presentation of information are taken into account in the text, how communication using narrative is successful). The success or failure of narrative is determined by its impact on the public – positive or destructive.

It has been proven and illustrated by examples that the positive impact on the public is exercised when narratives contain the maxims of completeness, the relevance of clarity, quality, tact, as well as when the pragmatic potential of narrative is enriched with elements of persuasive and refutative.

On the example of communicative interaction of power structures and citizens, the mechanisms of destructive impact of narrative on the public have been identified and explained. The conditions that ensure the realization of the positive impact of narrative have been justified: the correspondence of narrative text to the maxims of communication, in particular tact maxima; optimal dosing of narrative information; enriching the pragmatic potential of narrative with elements of persuasive and refutative; taking into account the possible social resonance caused by narrative; prevention of mass anxiety, concern of individuals.

The suggestion is that it is advisable to popularize knowledge about the maxims of communication and its regularities among the representatives of governmental structures.

Key words: *narrative, positive influence, destructive influence, maxima of communication, persuasive, refutative.*