

#### 4. MEDIA ETHICS, MEDIA EDUCATION AND MEDIA LITERACY

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-250-0-13>

##### STORYTELLING AS AN IMPORTANT COMPONENT OF PROFESSIONAL TRAINING OF FUTURE JOURNALISTS

##### СТОРИТЕЛІНГ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ

**Kulykova O. M.**

*Candidate of Science in Social  
Communication,  
Senior Lecturer at the Department  
of Journalism  
Kharkiv State Academy of Culture  
Kharkiv, Ukraine*

**Куликова О. М.**

*кандидат наук із соціальних  
комунікацій,  
старший викладач кафедри  
журналістики  
Харківська державна академія культури  
м. Харків, Україна*

У сучасних умовах оволодіння техніками сторітелінгу є однією з найактуальніших потреб професійної діяльності журналіста. Використання у журналістських матеріалах елементів історії стало одним із способів зробити текст цікавішим і привабливішим для аудиторії.

Сторітелінг – це особливий жанр написання, який потрібен для розкриття драматичних подій суспільного життя, оформлених у вигляді історій. Він створює ефект «присутності» читача в ситуації, викликає емоційний відгук аудиторії, дозволяє здійснити самоідентифікацію з героєм розповіді. Один із дослідників сторітелінгу В. Сторр наголошує, що «саме історії роблять нас людьми» [4].

Як один із методів представлення інформації сторітелінг активно застосовується в рекламі, копірайтингу, педагогіці, літературі, соціальних мережах і медіа. Сьогодні сторітелінг використовується майже в усіх засобах масової інформації. Як зазначає О. І. Харитоненко «...сторітелінг поступово осмислюється на теоретичному рівні. Вже описані його види – текстовий, мультимедійний, цифровий, трансмедійний, сторітелінг прямої дії.» [5]. Своє

теоретичне обґрунтування сторітелінг знаходить в літературі та кіно, а практичне застосування – в журналістиці.

Нині дослідження, що стосуються нових стратегій оповіді в журналістських матеріалах, переживають черговий сплеск популярності. Одні дослідники виокремлюють сторітелінг як самостійний жанр журналістики, інші – розглядають його як наративну стратегію в межах традиційних жанрів. На думку А. Сіммонс, авторки книги «Сторітелінг. Як використовувати силу історій», розповідати історії – це «вибудовувати стратегію тяжіння». [8].

На користь активного застосування сторітелінгу висловлюються й дослідниці з університету Радбауд (Неймеген, Нідерланди). Вони наголошують, що сторітелінг необхідний, оскільки аудиторія сьогодні потребує розуміння, а в цих умовах сторітелінг стає більше, ніж жанром чи наративом, він стає важливою частиною метажурналістського дискурсу про роль, впливовість, професійні завдання журналістики в цілому [7].

Вміння писати й розповідати історії стає однією з провідних вимог в наративній журналістиці, яка працює саме з історіями на відміну від новинної журналістики, де переважає робота із фактами. Очевидно, що в основі кожної з них своя теоретична база й свої пріоритети. Зокрема авторське наповнення наративних текстів зумовлює їх тяжіння до публіцистичного жанру.

Вчені також наголошують на тому, що базовим значенням терміну «наратив» є «історія, розповідь». А відповідно, історія – це усний або письмовий опис дійсності або вигаданих подій, які вибудовані за допомогою сюжету. Історія стає наративом в процесі розповіді за допомогою ЗМІ [9].

Головна перевага застосування сторітелінгу в ЗМІ – це здатність забезпечити друкованим виданням конкурентоспроможність на ринку сучасних медіа. Зокрема, це можливо завдяки таким особливостям сторітелінгу:

- сторітелінг базується на розповідях із життя, а це допомагає читачам легко ідентифікувати себе із персонажами;
- розповідь історій – це основний засіб спілкування в соціальних мережах;
- сторітелінг дозволяє розширити межі пізнання, продемонструвавши віддалені події зблизька;
- факти з емоційним підґрунтям, яке притаманне сторітелінгу, легше сприймаються й впливають на аудиторію;

– сторітелінг, базуючись на архетипах, дозволяє складні процеси представити просто й доступно.

Курс зі сторітелінгу включено й у навчальні плани Харківської державної академії культури в межах підготовки студентів з освітньої програми «Журналістика». Впровадження навчальної дисципліни «Практикум із сторітелінгу» повністю відповідає сучасним тенденціям розвитку журналістської професії.

«Практикум із сторітелінгу» пропонується студентам в переліку курсів за вибором у 8 семестрі на 4 курсі (бакалаврат). Для викладання курсу було вибрано такий вид навчальних занять як практикум з метою засвоєння основних положень предмету й напрацювання практичних навичок. Саме систематизовані знання, закріплені на практиці дають добрі результати.

Мета курсу – формування навичок створення та розповіді історій через текст і візуальні образи, а також напрацювання вміння впевнено презентувати себе та свої проекти через історії. Вивчення курсу знайомить студентів із основами та інструментами сторітелінгу; сприяє формуванню системи знань, вмінь і навичок створення історій та їх творчої розповіді, подачі інформації, оформленої в цікаву історію відповідно до потреб аудиторії. У процесі викладання зосереджено увагу на структурі історії та важливих складниках історії: сюжет, герой, емоції, деталі, висновки.

Курс «Практикум із сторітелінгу» було апробовано протягом двох останніх навчальних років на 4 курсі. На даному етапі навчання студенти вже володіють достатньо широким колом знань і мають певний досвід у створенні історій, зокрема в соцмережах. Тож особливих труднощів при розробці історій на практичних заняттях не виникало. Водночас спостерігалася пізнавальна мотивація й інтерес до матеріалу курсу.

Теоретичний блок навчальної дисципліни має чітко структуроване текстове підґрунтя, яке супроводжують візуальні приклади створення та функціонування історій (мультимедійні історії, лонгриди, історії із соцмереж, реклама тощо). Курс являє собою покроковий алгоритм роботи з текстом історій (структура історії, розробка задуму з героєм тощо).

У рамках курсу здійснюється закріплення як теоретичних знань із сторітелінгу, так і відбувається формування практичних навичок, тому що в сучасних умовах оволодіння техніками сторітелінгу є однією з найактуальніших потреб професійної діяльності журналіста. Отже, викладання курсу «Практикум із сторітелінгу» є органічною

складовою навчального плану з підготовки журналістів і відповідає завданням, які стоять перед викладачами кафедри журналістики в межах програми вищої освіти журналіста.

Наступним кроком підготовки майбутніх журналістів може стати вивчення трансмедіа сторітелінгу. Бажано, щоб такий курс викладався як самостійна дисципліна. Доцільною є й апробація отриманих навичок у вигляді публікації журналістських матеріалів, які створюються за принципами сторітелінгу.

Сторітелінг – це ефективна технологія комунікації з аудиторією. Він активно входить в практику журналістської діяльності, доповнюючи тексти елементами інтерактивності та мультимедійного супроводу, який органічно удосконалює текст, створюючи єдину історію. І як справедливо зазначає В. Сторр «Історії всюди. Історії – це ми» [4].

### Література:

1. Гаврилов С. Всі крапки над «І»сторією. Сторітелінг для сценаристів, письменників та блогерів. Київ, 2019. 296 с.
2. Лівін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. Київ, 2020. 184 с.
3. Побідаш І. Л. Сторітелінг: ознаки «гарної» історії. *Обрії друкарства*. № 1(7). 2019. С. 135–140.
4. Сторр В. Наука сторітелінгу: Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших. Київ, 2022. 224 с.
5. Харитоненко О. І. Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітекtonіки в журналістиці : зміст, різновиди, сучасні інтерпретації. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (25 жовтня 2018 р.) / [наук. ред. В. М. Каленич]. Вінниця, 2018. С. 243–249.
6. Холл К. Сторітелінг, який не залишає байдужим. Київ, 2020. 288 с.
7. Krieken K., Sanders J. Framing narrative journalism as a new genre: A case study of the Netherlands. *Information*. 2017. Vol. 18. Issue 10. P. 1364–1380.
8. Simmons A. Whoever Tells the Best Story Wins: How to Use Your Own Stories to Communicate with Power and Impact. 1st edition. 2007. 240 p.
9. Sinclair J. B. A story about a message that was a story: message form and its implications to knowledge flow. Helsinki : Hanken School of economics, Department of management and organization ; Edita Prima, 2010. 142 p.