

## СТОРИТЕЛЛІНГ В СУЧАСНИХ МЕДІА

Скляниченко М.В., учениця; ЗОШ №15, 11-А клас

Сторітеллінг (з англійської «storytelling» - «розповідання історій») – це художній стиль, в основу якого покладена історія, що розповідається з певною метою. Основна задача журналістського сторітеллінгу – проінформувати, а головне – зацікавити читача (глядача, слухача). Насправді, досвід сторітеллінгу не є новим. Люди в давнину користувались цим прийомом (згадаймо відомі казки Братів Грім). Цей досвід перейняли й журналісти.

Методи реалізації існують різні. У друкованих ЗМІ до журналістського матеріалу додається шматочок художнього оповідання або ж картинка, які ведуть діалог із читачем, викликають певні емоції, зацікавленість. На телебаченні та радіо – ілюструють подану інформацію розповідями з історії, життя, в інтернет-виданнях застосовують мультимедійні формати ( високохудожні веб-історії, що поєднують в собі текст, фотографії та графіки). Мультимедійний формат є дуже гарним прикладом, оскільки історія сама про себе розповідає, не потрібно вишукувати важливу інформацію з купи тексту. Проте, де і як би не застосовувався сторітеллінг, необхідно пам'ятати 6 його основних складових:

- Ідея
- Герой
- Структура
- Зв'язність
- Стиль
- Проекція

У сучасному світі сторітеллінг потребує поєднання з новими технічними можливостями. Адже, прогрес не стоїть на місці, публіка стає вибагливішою, треба плідно працювати, щоб вразити її. Вже протягом багатьох років, це вдається всесвітньо відомій газеті «The New York Times». В її електронній версії застосовують вже згаданий мультимедійний сторітеллінг, який утримує увагу читача протягом усього перегляду.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що сторітеллінг – безсмертний прийом, який в руках успішного журналіста підкорить мільйони читачів (глядачів, слухачів).

Керівник: Осюхіна М. О., керівник школи журналістики СумДУ