

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЦЕНТР ЗАОЧНОЇ, ДИСТАНЦІЙНОЇ ТА ВЕЧІРНЬОЇ ФОРМ НАВЧАННЯ

Кафедра журналістики та філології

**ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ СТОРІТЕЛІНГУ В ЖУРНАЛІСТИЦІ:
ДОБІРКА МАТЕРІАЛІВ**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студентки спеціальності «Журналістика»,
освітньої програми «Журналістика»,
групи ЖТз-71с

Кобзар Анастасії Валентинівни

Науковий керівник –

Гаврилюк Інна Леонідівна,
доц., к. наук із соц. комунік.

Суми 2021

Кобзар, А. В. Використання засобів сторітелінгу в журналістиці: добірка матеріалів : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня «бакалавр» ; спец. 061 – журналістика / А. В. Кобзар; наук. керівник І. Л. Гаврилюк. – Суми : СумДУ, 2021. – 30с.

У роботі проаналізовано явище сторітелінгу, його особливості на сторінках видання «Sumy Today» і «Трибуна». Також створена добірка власних журналістських матеріалів із використанням засобів сторітелінгу.

Ключові слова: інтернет-видання, сторітелінг, мультимедійний сторітелінг.

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
ВСТУП	4
1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	6
1.1. Сторітелінг як інструмент сучасної мас-медійної комунікації.....	6
1.2. Обґрунтування необхідності створення інформаційного доробку.....	11
2. СПЕЦИФІКАЦІЯ	15
2.1. Структура та технічні характеристики	15
2.2. Зображення.....	15
2.3. Авторська ідея.....	16
3. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	18
II ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ.....	20
ВИСНОВКИ.....	31

І. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

ВСТУП

Актуальність. Сучасна журналістика розвивається шаленими темпами. Кількість засобів масової інформації, форматів, різновидів програм зростає, а кількість цільової аудиторії зменшується. Тому в медіапросторі відбувається неймовірна конкуренція за увагу реципієнтів. Із кожним днем споживач інформації стає більш вибагливим, зацікавити його все важче. Саме тому з'являються нові способи подачі інформації, які спрямовані на те, щоб зацікавити реципієнта. До таких форматів належить сторітелінг, або розповідь історій. Тож створення матеріалів із використанням засобів сторітелінгу є актуальним питанням.

Мета роботи – створити добірку журналістських матеріалів у форматі сторітелінгу.

Реалізація мети передбачає виконання таких завдань:

- проаналізувати теоретичне підґрунтя поняття «сторітелінг», розглянути поняття сторітелінгу як інструменту сучасної комунікації;
- обґрунтувати необхідність створення інформаційного продукту на основі аналізу видань *Sumy Today* та *Трибуна*.
- створити добірку журналістських матеріалів із використанням засобів сторітелінгу
- визначити авторську ідею, описати структуру, а також технічні характеристики інформаційного доробку.

Авторська ідея. Люди люблять читати про людей, тим паче, якщо вони живуть, навчаються чи працюють поруч. Наш інформаційний доробок – це історії двох дівчат, які закінчили СумДУ та знайшли себе в підприємстві. Ми не одразу народжуємося з розумінням чого хочемо від життя, це приходить із часом. Наш задум полягав у тому, щоб показати реальний життєвий досвід, який допоможе іншим побачити, що хобі може перерости у справу життя, від

якої будеш отримувати задоволення, і для цього не обов'язково народжуватися мільйонером.

Практичне завдання. Матеріали створені для інформаційного порталу Sumy Today, розділ «Інтерв'ю».

Структура. Робота складається з двох розділів, списку використаних джерел і висновків. Загальний обсяг роботи – 32 сторінки.

1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

1.1. Сторітелінг як інструмент сучасної мас-медійної комунікації

«Зміни творити можуть лише ті, хто готовий змінюватися. Ми живемо в перенасиченому інформаційному полі. Конкуренція за увагу шалена. Хто практикує смарт-комунікації, хто оволодів мистецтвом розповідати історії, сегментувати аудиторію, говорити її мовою – та ще й візуально, у того й кілька секунд додаткової уваги для інформування. Хто ж не перелаштувався на нові комунікації, хоча б з часів післямайданної активності, той проживає своє громадське життя на інших полюсах», – зазначає А. Прунь, виконавча директорка Громадського Простору [13].

Щодня ми пропускаємо крізь себе величезну кількість інформації, а згадати можемо лише те, що зацікавило найбільше. Таке сприйняття інформації і є головною відмінністю сторітелінгу.

Поняття сторітелінгу досліджували такі зарубіжні вчені, як А. Сіммонс, Р. Роуз, А. Каптеров, У. Зінсер, А. Кривоносов, Т. Лебедева, С. Малиновська, Г. Почепцов, О. Філатова, М. Шишкіна, у вітчизняній науці сторітелінг розглядали Н. Дмитренко, О. Михальчук, Я. Яненко та ін.

«Сторітелінг – технологія створення історії та передачі з її допомогою необхідної інформації з метою впливу на емоційну, мотиваційну, когнітивну сфери слухача. У перекладі з англійської story означає історія, а telling – розповідати» [12].

«Сторітелінг – це один із психологічних механізмів, що еволюціонували, набір процедур, призначення якого – взяти фрагмент інформації і перетворити його за допомогою певних правил в продукт, який історично б сприяв успішному виживанню виду. Той чи інший психологічний механізм присутній у сучасних живих істот тільки тому, що в минулому він допомагав вирішувати конкретну проблему адаптації», – Девід Бусс [9, 54].

Сторітелінг в комунікації - це передача необхідних сенсів у формі історії для того, щоб захопити увагу людини та забезпечити її необхідною мотивацією. Під мотивацією розуміється емоційна складова. Тобто, щоб примусити людину виконати якусь дію, необхідно змусити її щось відчувати [11].

Отже, сторітелінг – це розповідь важливого у форматі історій, які захоплюють з першого ж речення. Це чудових шлях розповісти важке простим шляхом, не забиваючи розум непотрібними термінами або сухими реченнями. Розповідання історій викликає довіру та включає в роботу емоційну складову людини, що і допомагає запам'ятовувати історії швидко, а головне – надовго.

Людство використовувало сторітелінг завжди, але трохи в іншій формі. «Наші пращури передавали з покоління в покоління весь досвід і знання, накопичений за допомогою міфів, легенд та казок. В їхній основі були реальні факти, яким надавали містичний характер та метафоричність. Такі розповіді були виразні, цікаві, легко асоціювалися з особистим досвідом. Їх треба було просто слухати, залишивши всі свої думки. Ці історії породжували хвилювання, сум, переживання, радість, запитання, розуміння та прагнення – велику кількість емоцій» [5, 20]. А все, що викликає емоції, – запам'ятовується краще ніж факти і цифри. Розповідь залишається в пам'яті без будь-яких зусиль із нашого боку. Вона спонукає нас міркувати: що було б, якби герой вчинив інакше, якщо він зміг, значить і я зможу. Тому в сучасному світі сторітелінг – зовсім новий спосіб написання текстів. Автор стає ніби добрим знайомим, який розповідає нам життєву історію, яку ми із задоволенням слухаємо або читаємо.

Засновником сторітелінгу як нового способу подання матеріалу вважається голова міжнародної компанії «Armstrong International» Д. Армстронг, який використав історію як засіб швидкого запам'ятовування та сприйняття інформації, навчання на досвіді інших, покращення показників роботи компанії загалом.

Окрім журналістики, сторітелінг успішно застосовується в рекламних цілях. За його допомогою в ненав'язливій формі пропонуються товари й послуги; завойовується довіра та лояльність користувачів сайтів, які, читаючи історії, самостійно ухвалюють рішення й роблять відповідні висновки. Сторітелінг вчить, «як ловити «на гачок» клієнтів завдяки сюжетно-орієнтованій і мотиваційній рекламі» [6, 5].

Сторітелінг включає в себе різні напрямки: у ньому тісно переплетені психологія і педагогіка, акторська майстерність.

Чим більший у людини словниковий запас, тим більше вона впевнена у своїх силах; чим допитливіший розум, тим краще виходять історії. Чудовий приклад – історії людей на TED. Це невеликі історії, в яких спікер добре спеціалізується та може аргументовано донести матеріал до своєї аудиторії. За 15 хвилин аудиторія ознайомлюється з темою, аналізує її, робить власні висновки. Дуже рідко ми не погоджуємось зі спікерами. Чому ж?

- Спікери доносять нам важливі теми звичайною мовою, не використовуючи незрозумілі терміни. Це схоже на атмосферу дружньої розмови, коли за чашкою кави ми обговорюємо цікаві речі.
- Глядач відразу розуміє мету повідомлення. Не продати, не рекламувати, не зацікавити у продукті, а донести історію до широкого кола людей.
- Спілкування з аудиторією. Людина не вивчила текст і розповіла її автоматом сухо і без душі. Інформація подається яскравою, живою мовою, зі зверненням до глядачів.

Те ж і з текстами. Сторітелінг передбачає, що читач буде на одній хвилі з автором [1].

Куратор конференції TED К. Андерсон у книжці «Успішні виступи на TED» запропонував схему побудови розповіді «Що? І що? І що тепер?». За схемою, автор спочатку повинен запропонувати лише тему розповіді, потім описати, чому вона важлива, а наприкінці зазначити, чим саме вона може допомогти людям [2].

Сторітелінг будується за певною схемою, має певну форму. У найпростішому вигляді форма сторітелінгу така:

- На початку історії головний герой живе між двома полярними цінностями. Наприклад, щастям і нещастям.
- Але раптом трапляється щось, що докорінно й безповоротно порушує цей баланс і змінює його цінності. Наприклад, із позитивної на негативну чи навпаки (герой може закохатися чи розлюбити).
- Далі герой робить перший крок, щоб відновити первинну рівновагу, і тим самим запускає ланку пов'язаних причинно-наслідковими зв'язками подій, які динамічно змінюють ціннісний заряд то в позитивний, то в негативний бік.
- У кульмінаційний момент відбувається вирішальна подія, яка повністю й остаточно змінює полярність і повертає головного героя до гармонії – як правило на новому рівні [14].

У мас-медійному просторі представлено два види сторітелінгу – текстовий та мультимедійний.

Нові мультимедійні формати активно розвиваються паралельно із кризою друкованих видань. Тому дедалі частіше історії розповідають не тільки у форматі тексту, а за допомогою мультимедіа, де текстовий матеріал доповнений візуальними елементами – аудіо, фото та відео. Зазвичай у цих історіях немає авторського «я», усе побудовано так, аби читач максимально зрозумів сенс та контекст матеріалу. Саме розвиток мультимедійних технологій надає безмежні можливості для структурування та подачі тексту. Існування цього нового формату яскраво показує, як трансформувалися медіа впродовж останніх десятиріч. В Україні мультимедійні історії створюють переважно великі медіакорпорації, тому що це досить дороговартісний та ресурсновитратний формат.

Мультимедійний сторітелінг охоплює жанри, які можуть бути як структурними компонентами історії, так і окремими завершеними публікаціями. До них зараховують:

- статичну ілюстрацію – класична ілюстрація в мультимедійній історії;
- аудіоілюстрацію – мінімально короткий фрагмент аудіозапису, що належить до певної частини тексту;
- аудіосюжет, який схожий на класичні радіосюжети з цитатами ньюзмейкерів та інтершумом;
- відеоілюстрації – фрагмент відео, що належить до певної частини тексту, інфографіки або мультимедійної статті;
- відеосюжет – закінчене відеоповідомлення, яке має свою зав'язку, кульмінацію й розв'язку ;
- відеоколонка, відеонарис, відеокоментар – жанр, що «вийшов» із телевізійних студій та, ймовірно, став проміжним етапом перед тим, як перетворитися на інтерактивну відеоколонку [15, 129–138].

М. Вікман виділяє такі особливості при створенні мультимедійного сторітелінгу:

- Перший абзац у тексті дуже важливий. У ньому треба пояснити, про що текст та чому його варто читати.
- Одна думка – один абзац. Не варто робити великих абзаців, інакше читачі відразу підуть.
- Потрібно робити посилання на інші історії. 40 % відвідувачів будь-якого видання не бачить головної сторінки, заходячи з соціальних мереж – і цей відсоток зростає.
- Головне у відео – заголовок. Якщо заголовок поганий, ніхто не буде дивитися відео. Відеоісторія повинна бути зрозумілою без звуку.
- Сторітелінг схожий на складання конструктора. Деталі конструктора – відео, звук, текст, заголовок, які читач складає до купи. Завдання журналіста – підготувати правильні шматки так, щоби конструктор можна було легко скласти [7].

Отже, з усього вищепрочитаного можемо зробити такі висновки: сторітелінг – як конструктор, складається з багатьох шматків, які необхідно

скласти так, щоб вийшла цілісна та лаконічна картинка. Головне – розповісти історію, яка змусить читача викликати емоції та повернутися на сторінку ще раз.

1.2. Обґрунтування необхідності створення інформаційного доробку

Для дослідження особливостей використання засобів сторітелінгу у ЗМІ ми обрали два інтернет-видання – «Sumy Today» та «Трибуна».

«Sumy Today» – це інформаційний портал, який пише про події, що сталися в Сумах та Сумській області.

Для аналізу матеріалів ми обрали часовий проміжок з 13 по 25 березня. За цей час у виданні було опубліковано 4 матеріали з ознаками сторітелінгу. Такі матеріали розміщені в рубриках «Культура» та «Ексклюзив».

У публікаціях розповідається про звичайних жителів міста Суми (табл. 1.1). Головні теми матеріалів – любов до власної справи, завзятість та «геройство» у різних його проявах.

Таблиця 1.1

Використання засобів сторітелінгу у виданні «Sumy Today»

Дата	Назва	Автор
14.03.2021	«Сумчанин, якого нагородили «Орденom добровольця» розповів, чому пішов на війну».	Андрій Крамченков
18.03.2021	«Сумський журналіст розповів про власний досвід вакцинації від коронавірусу»	Віталій Кохан
19.03.2021	«Сумчанка навчилася робити скульптури із паперу і прагне освоїти зварювання»	Леся Кирій
25.03.2021	«Сумчанин працював над розробкою	Не зазначений

	воєнного дрону – історія Іллі Родіна»	
--	---------------------------------------	--

Матеріал «Сумчанин, якого нагородили «Орденom добровольця» розповів, чому пішов на війну» розділений на три частини – досьє, шлях героя, його філософія і сенс. Історія Олександра Красія занурює нас у його життя, даючи змогу тісніше зрозуміти на його прикладі тих, хто був на фронті. Герой матеріалу відповідає на головне питання – чому відзначають День українського добровольця та хто це взагалі такий. Мета матеріалу – познайомити читача з темою, якою, можливо, він не цікавився повною мірою. За допомогою влучних запитань авторів це вдалося зробити.

Матеріал «Сумський журналіст розповів про власний досвід вакцинації від коронавірусу» стосується найпопулярнішої теми сьогодення – вакцинація від ковіду. Люди поділилися на два табори – хто за, хто проти щеплення. Сумський журналіст розповів свою історію, враження та самопочуття після вакцинування. Історія побудована звичайною мовою, без складної термінології. Автор розповідає свою історію. Він наче спілкується з нами особисто, і це не може не викликати довіру читача. Мета матеріалу – на власному прикладі розповісти, як саме відбувається процедура, які наслідки вона може викликати, а головне – закликає не піддаватися впливу інших, аналізувати факти та бути відповідальними перед собою.

Матеріал «Сумчанка навчилася робити скульптури із паперу і прагне освоїти зварювання» – чудовий приклад того, як абсолютно випадково можна знайти хобі, яке буде приносити не тільки задоволення, а й користь. Матеріал побудований у формі інтерв'ю. Головна героїня – це звичайна жителька Сум, яка вирішила зробити свій незвичайний вклад у культурний розвиток міста. Мета цієї історії – донести читачеві, що покращити місто можна не лише за допомогою величезних коштів. Кожен може зробити свій вклад, зробивши гарний вчинок. Також це гарний приклад того, що не одразу все виходить

ідеально, не треба покидати справу після першої ж невдачі або негативних коментарів з боку інших.

Останній матеріал – історія про звичайного сумчанина Іллю Родіна, який завдяки власним зусиллям та допитливості працював у Лондоні над розробкою корпусу для воєнного дрону. Дитяче захоплення може перерости у справу всього життя – це і є думка, яку автор хоче донести читачеві. Здавалося б, звичайне захоплення авіамоделюванням принесло такі успіхи. Кожен так може, головне – захотіти цього та не кидати справу при перших же труднощах.

«Трибуна» – сумський інформаційний портал. Журналісти «Трибуни» позиціонують себе як команда мрійників та ідеалістів, які цінують відкритість та незаангажованість. Для аналізу ми взяли проміжок часу з 1 по 25 березня. За цей період опубліковано два матеріали з ознакою сторітелінгу (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Використання засобів сторітелінгу у виданні «Трибуна»

Дата	Назва матеріалу	Автор
04.03.2021	Рік COVID-19: як живуть уразливі групи. Частина третя – Люди з ВІЛ	Токар Олександра
18.03.2021	Це – сумські лікарі, які отримали щеплення від коронавірусу. Історії	Токар Олександра

У цьому матеріалі «Рік COVID-19: як живуть уразливі групи. Частина третя – Люди з ВІЛ» розповідається про дівчину Лізу, яка живе з вірусом імунодефіциту людини. У публікації поєднані елементи інтерв'ю та портрету-опису героїні.

Головна героїня матеріалу розповідає про свою історію – розлучення, ще одне заміжжя, наркотики та життя з ВІЛ у період карантину. Історія доводить, що, незважаючи на діагноз, можна жити спокійно та щасливо, відчуючи себе повністю здоровою. Це можливо за умови постійного лікування.

Мета матеріалу «Це – сумські лікарі, які отримали щеплення від коронавірусу. Історії» – пояснити людям важливість щеплень від Covid-19. Автор вирішив донести це питання до читача цікавим способом, використавши прийоми сторітелінгу: розповісти історії не просто людей, а медиків, бо їм завжди довіряють. У матеріалі фігурують три людини: лікарка-інфекціоністка, лікарка-педіатр та дитяча лікарка-офтальмолог. Вони розповіли про своє ставлення до щеплень, а також описали свої відчуття після введення вакцини. Мета тексту виконана вдало – не залякати людей робити щеплення, а, навпаки, показати всі плюси та мінуси, заохотити їх.

Як ми бачимо, обидва видання використовують засоби сторітелінгу у своїх матеріалах з метою глибшого розкриття різних тематик, для того щоб заохотити читачів діяти або не боятися тієї чи іншої ситуації.

2. СПЕЦИФІКАЦІЯ

2.1. Структура та технічні характеристики

Структура – це взаєморозміщення та певний взаємозв'язок складових частин цілого, внутрішня будова [4].

Інформаційний доробок складається з двох дві публікацій, що створені з використанням засобів сторітелінгу: «Від новачка до експерта у відеографстві» та «Руководільниця з душею журналіста».

Авторський аркуш – умовна одиниця вимірювання обсягу текстової та ілюстративної інформації літературного твору, що використовується в видавничій справі та є основою для обліку праці автора, укладача, рецензента та ін. Один авторський аркуш дорівнює 40 000 друкованих знаків прозаїчного тексту (ураховуючи цифри, розділові знаки, проміжки між словами), чи 40 кілобайтам комп'ютерного тексту в DOS-форматі (разом із проміжками), чи 700 віршованим рядкам, чи 3 000 см² площі ілюстративного матеріалу на сторінках видання. Обсягом авторського аркуша можна вважати 22 сторінки друкованого тексту за умови приблизно 1800 знаків на сторінку [8]. Авторський аркуш вираховують за формулою $X:40\ 000$, де X – кількість знаків з пробілами.

Загальний обсяг нашого інформаційного доробку становить 16,143 знаків, або 0,40 авторського аркуша:

1. У матеріалі «Від новачка до експерта у відеографстві» 7593 знаки, що дорівнює 0,19 авторського аркуша.
2. У матеріалі «Руководільниця з душею журналіста» 8550 знаків, що дорівнює 0,21 авторського аркуша.

2.2. Зображення

Матеріали інформаційного продукту доповнені зображеннями для того, аби мати більше уявлення про самих героїнь та їх творчість.

У матеріалі «Від новачка до експерта у відеографстві» використано дві світлини. На першому фото головна героїня зображена з відеокамерою в руках під час роботи. Альона усміхається, що говорить про її чудовий настрій та любов до своєї роботи. На другому фото Альона разом зі своєю донечкою Соломією (Солею – так вона її любить називати). Донечка з чоловіком завжди підтримують Альону в складні хвилини.

У матеріалі «Рукодільниця з душею журналіста» використано дві світлини. На першому фото Анастасія зі своєю брошкою «перчинки», яку зробила власноруч. Це наглядний приклад однієї з її робіт. Друге фото – чудовий приклад того, як можна комбінувати сережки з бісеру (власна робота Анастасії) з будь-яким одягом. Прикраси можна надягати не лише на свята, а й в будь-який день.

2.3. Авторська ідея

Головна ідея створених матеріалів – на прикладі історій дівчат показати, що кожна людина може самореалізуватися, відкрити власну справу та насолоджуватися тим, що вона робить. Не завжди на шляху до здійснення цілей все йде гладко. Є люди, які будуть проти ваших захоплень, але не варто забувати, що це ваше життя і тільки ви вирішуйте, яким чином його прожити.

Історії головних героїнь об'єднані тим, що вони закінчили Сумський державний університет за спеціальністю «Журналістика». Кожна з них знайшла себе у сфері, дотичній до медіа. Окрім того, вони реалізуються як творчі особистості.

У матеріалі «Від новачка до експерта у відеографстві» йдеться про Альону Гайдукову – дівчину, яка, перш ніж знайти свою омріяну працю, шила дитячий одяг, вела свій відеоблог на YouTube, працювала на телебаченні, пробувала себе як художник, письменник. Врешті-решт вона таки знайшла свою улюблену справу – відео графство. Зараз головна героїня матеріалу – відомий у Сумах та в Україні відеограф. Вона продовжує вести власний блог. А ще вона

молода мама. Отже, якщо ви відчуваєте себе не у своїй тарілці – пробуйте власні сили всюди, поки не знайдете себе.

Матеріал «Рукодільниця з душею журналіста» – унікальна історія дівчини Анастасії, яка у свої 27 років поєднує дві роботи, заміжжя, материнство та власну справу. Як? Усе дуже просто. Коли ти по-справжньому насолоджуєшся тим, чим займаєшся, – то це справжній успіх! Анастасія не одразу знала, чим буде займатися в дорослому віці. Тяга до рукоділля з'явилася у 21 рік, як тільки вона закінчила університет. Але улюбленою справою стала лише через півтора року, коли Анастасія вирішила робити брошки. Її не завжди підтримував чоловік, але вона не покидала цю справу. Врешті-решт, прислухавшись до свого серця, вона стала щасливішою, бо займалася улюбленою справою.

3. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академія Навичок, Сторітелінг: правила, техніки, корисні матеріали [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://eduhub.in.ua/news/storiteling-pravila-tehniki-korisni-materiali-ta-poradi>
2. Андерсон К. Успішні виступи на TED. Рецепти найкращих спікерів / К. Андерсон. – Київ : Наш Формат, 2016. – 256 с.
3. Блажеєвська Ю. Сторітелінг у сучасних українських ЗМІ [Електронний ресурс] / Ю. Блажеєвська // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Соціальні комунікації». – 2020. – Режим доступу : <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/16527>.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови: довідк. вид. / Уклад., і голов. ред. В. Т. Бусел. – Ірпінь : Перун, 2005.
5. Кларисса Пінкола-Естес. Жінки, що біжать з вовками. Архетип Дикої жінки у міфах та легендах. – К. : Yakaboo Publishing, 2019. – 464 с.
6. Мак-Кі Р., Джерас Т. Сторіноміка: маркетинг у пострекламну епоху / Р. Мак-Кі, Т. Джерас. – Харків : Віват, 2018. – 240 с.
7. Матс Вікман. Сторітелінг – це як складання конструктора [Електронний ресурс] / Вікман Матс. – Режим доступу : https://ms.detector.media/mediaprosvita/how_to/mats_vikman_storiteling_tse_yak_skladannya_konstruktora/.
8. Основні одиниці обліку видавничої справи [Електронний ресурс] // Книжкова палата України – Режим доступу : http://www.ukrbook.net/zakony/odynyci_obliku.htm.
9. Роберт Макки. Сторіноміка: Маркетинг, оснований на істориях, у пострекламном мире / Роберт Макки, Том Джерас ; Пер. з англ. – М. : Альпина нонфікшн, 2019. – 280 с.

10. Сайкс М. От слайдов к историям: пошаговая методика создания убедительных презентаций / М. Сайкс, Н. Малик, М. Вест / пер. с англ. А. Баранова, А. Саричева. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 256 с.
11. Сергійчук С. Успішний сторітелінг. Як писати так, щоб ваш текст прочитали [Електронний ресурс] / С. Сергійчук. – Режим доступу : <https://euprostitir.org.ua/practices/134437>.
12. Сторітелінг – ефективний метод навчання та виховання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://genezum.org/library/storiteling--efektyvnyu-metod-navchannya-ta-vyhovannya>.
13. Як на форумі SHKALA заміряли комунікації для соціальних та поведінкових змін [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.prostitir.ua/?focus=yak-na-forumi-shkala-zamiryaly-komunikatsiji-dlya-sotsialnyh-ta-povedinkovyh-zmin>
14. Яненко Я. В. Сторителлинг в современных СМИ: коммуникационный и социализационный аспекты / Я. В. Яненко // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа : материалы VI Международной научно-практической конференции, Минск, 16 февраля 2017 г. / сост. Б. Л. Залесский ; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. – Минск : Издательский центр БГУ, 2017. – С. 377–383.
15. Bech Sillesen L. Good news is good business, but not a cure-all for journalism [Електронний ресурс] / Lene Bech Sillesen. – Режим доступу : <https://www.theguardian.com/world/2016/aug/01/and-now-for-good-news-why-media-taking-positive-outlook>.

II ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ



ВІД НОВАЧКА ДО ЕКСПЕРТА У ВІДЕОГРАФСТВІ

«Мені дуже захотілося стати експертом в якійсь справі – і от тепер я створюю фільми, які захочуть передивитися ваші онуки», - Альона Гайдукова.

Альона майже три роки займається улюбленою справою, виховує чудову донечку та працює на телеканалі. Її історія – це цікавий шлях до пошуку себе. Головне - не здаватися і пробувати свої сили, доки не зрозумієш, що це твоє.

Перші кроки

Я навчалася в Сумському державному університеті на кафедрі журналістики. Із самого початку йшла туди, вважаючи, що в цій сфері буду розвиватися більше як письменник-публіцист. Після закінчення університету я ще впевнено вважала, що здатна тільки на те, щоб писати. Спочатку півтора місяця працювала в інформаційному агентстві Region News, але зрозуміла, що офісна робота – це взагалі не моє. Потім 5 років працювала копірайтером. До тих пір, поки не пішла в декрет. От тоді мені і прийшло в голову, що настав час щось змінювати. Короткий період часу я думала, що буду шити дитячий одяг, але далі, ніж придумати концепцію, справа не пішла.

У 27 років мені набридло бути новачком. Понад усе хотіла стати експертом в якійсь галузі. Я ніколи не відмовляла собі в задоволенні пробувати щось нове. Тому в мене був період, коли я знімала матусин блог на YouTube. Із цього, власне, і почалася постійна взаємодія між камерою і зйомками. Далі я запропонувала ідею цього блогу на Суспільне (UA: Суми). Там і навчилася

користуватися камерою на професійному рівні. І не прогадала, тому що все, що я пробувала, у тому числі малювання, написання книжок, а також журналістика – всі ці «зачаточки» допомогли мені реалізувати себе як професійного відеографа. І от вже з 2018 року працюю у цій сфері.

Зараз мені 29 років і я розумію, що відеографство – це моє. Я обрала для себе зйомку в дуже крутому напрямі – репортажна зйомка: коли готова локація, герої, костюми, є подія, емоція і можна ходити та просто знімати фільм. Репортажна відеозйомка для мене – це те, що надихає найбільше, те, у чому максимум справжнього життя. Безліч слів, поглядів, рухів, які неможливо запам'ятати, а ось закарбувати в ролику – будь ласка.

На жаль, я трішки загальмувала зі стартом своєї роботи, тому інші відеографи мого віку зараз є більшими професіоналами, аніж я. Я почала працювати якраз у той період, коли в Інтернеті була купа інформації про відеозйомку, а курсів майже не було. Переконалася, що при правильному ставленні до вирішення творчих задач, можна досягнути будь-яких результатів. Головне – горіти своєю справою, не боятися невдач і йти далі, сприймаючи складнощі лише як пригоди, без яких не так цікаво.

Не все так легко, як здається на перший погляд

Насправді, мені дуже пощастило. У мене було дуже багато занять, які так чи інакше пов'язані з моєю роботою. Одного разу я вирішила займатися шиттям. Придбала швейну машинку, оверлок і розпошивальну машинку. Я навіть вела блог на YouTube, знімала пошив дитячого одягу. У мене було аж 12 тисяч глядачів! Однак це не приносило якогось особливого успіху, задоволення. І, врешті-решт, я передумала, бо це не зовсім моє. Коли все ж таки зрозуміла, чим хочу займатися, всю придбану техніку продала. Так у мене з'явилися кошти для старту!

Придбала камеру, іншу спеціальну техніку, але зіштовхнулася з іншою проблемою: що б я не знімала, це мало кому потрібно. Пошук перших клієнтів – це велика складність.

Надворі осінь 2018-го року. Я знімаю відеопрогулянки з чоловіком та дитиною, виставляю це відео в соцмережі – і ось у мене вже перше замовлення! Як я була рада, коли дізналася, що це весілля високого рівня! Так і почалася моя комерційна діяльність. Звісно, це була не перша моя відеоробота, бо я вже до того працювала на телебаченні.

Зараз я радію всьому, що у мене є і дуже круто, що я навчилася не братися за все підряд.

Я беру лише ті зйомки, які відповідають моєму стилю. Наприклад, не знімаю весілля у під'їздах. Через це інші відеографи мені часто говорять: «Ти знімаєш красиві весілля, а от візьми і спробуй зняти весілля у під'їзді». А я просто не розумію, навіщо мені погоджуватися абсолютно на все. Спочатку ти жертвуєш своїм доходом, а потім люди самі звертаються до тебе за твоїм портфоліо. Я вважаю це своїм досягненням, мені вдалося з самого початку відмовлятися від весіль такого типу.

Відеографія – це не лише моя улюблена справа. Це й інструмент моєї особистої психотерапії. Завдяки цьому заняттю я проживаю не пережите, продовжую писати давно розпочату книгу життя. Скільки разів я вмивалася сльозами, знімаючи танець нареченої з татом, була щиро вражена пронизливими побажаннями гостей і ридала від поглядів, повних найсвітліших сподівань. Можливо, тому я і люблю свою професію так сильно, особливо зараз, коли через пандемію замовлень не так багато. На жаль, цей рік перебив мені багато планів. Навесні я взагалі думала, що це кінець моєї роботи, адже не було ніяких заходів для зйомки. Але після послаблення карантину все повернулось на свої місця.

Про порозуміння з клієнтами

Я обожаю свій формат роботи, бо є готове портфоліо, яке говорить за мене. За ним і звертаються клієнти. Але якщо мене порадили комусь і відразу запитують ціну, то я спочатку раджу передивитись мої роботи. Якщо мої роботи подобаються, клієнти погоджуються – то вірогідність успішної відеозйомки 99,9%.

У мене є одне правило: робити так, щоб це були фільми, які захочуть передивитися ваші онуки. Головне в моїй роботі – не слідувати різним трендам, хоча я люблю експерименти, ніколи не стою на місці. Я намагаюся робити більше класичний монтаж, щоб в основі було не те, як змонтовано, а що змонтовано. Можливо, тому кожен мій клієнт залишається задоволеним?

Просування в Інтернеті

Зараз настільки багато фотографів та відео графів! Новачкам потрібно запастися терпінням. Мені в цьому було легше. На момент, коли я почала свою діяльність, відеографів було не так багато, тим паче – у Сумах, тому в мене дуже класно працювали хештеги під першими відео. Чесно, не розумію, чому саме ці відео тоді сподобалися аудиторії?

Сарафанне радіо у мене тоді не спрацювало, бо до новачків ставляться, як до дешевої роботи, тому було важко, адже мої очікування не відповідали реальності. Дуже гарно спрацював нетворкінг – це коли люди об'єднуються в тимчасові команди, наприклад, у творчі проекти, і допомагають одне одному в просуванні. Це дуже допомогло мені в роботі. Так я і напрацювала свою аудиторію, яка залюбки ділиться своїми думками в мене в інстаграмі. Поки ти не відомий, нікому не цікавий. Якщо нічого не писати, не ділитись особистим, то і коментарів немає. Тому я дуже рада, що спробувала себе у ролі інста-блогера. Скільки пам'ятаю себе, завжди відчувала потребу вести блог. Тепер я пишу на цікаві теми і завжди отримую фідбек від підписників. Це чудова можливість!



Ти завжди мала підтримку?

З підтримкою мені надзвичайно пощастило! У мене є чоловік та донечка, які завжди підтримують мене. Ми завжди на одній хвилі, а коли є людина, яка завжди підтримає, ти здатен підкорити будь-які вершини.

Поради новачкам

Відеографам я пораджу сто разів подумати, чому вони хочуть себе пов'язати з цим. Бо якщо для заробітку грошей, то це не стабільна професія. Зараз, якби мені захотілося займатися відео зйомкою, мабуть, я б покинула це. Це менш прибутково, ніж бути фотографом. Іншим бажаю триматися в цей складний час. Усе вийде, якщо дуже цього захотіти! Головне – не робіть все шаблонно. Шукайте свій стиль, різні напрямки, допоки не почнете отримувати насолоду від того, що ви робите!

РУКОДІЛЬНИЦЯ З ДУШЕЮ ЖУРНАЛІСТА



«Знайти свою перчинку і відпустити її на волю – не так просто. Для цього потрібні твої люди, твоя атмосфера, твоє відчуття себе», – Анастасія Федірко. Анастасії вдається поєднувати материнство, журналістику, педагогіку та власний бізнес. Незважаючи на всі труднощі, вона із задоволенням вже 6 років займається улюбленим рукоділлям.

У дитинстві я була дуже творчою, хоча зараз вважаю, що мій потенціал у ранньому віці не був розкритий повністю. У школі без моєї участі не проходило жодне свято, я завжди була запальничкою, брала участь у всіх святах, заходах, майже постійно була ведучою. Тому викладачі говорили, що з мене буде непоганий журналіст або педагог. Також я ходила на всі творчі гуртки, які стосувалися рукоділля: починаючи від банальних аплікацій, закінчуючи шиттям іграшок, вишивкою і в'язанням. Я не знала, ким хочу бути, коли виросту, але знала одне: боялась професії педагога, бо виросла в родині, де майже всі працювали в школах. Я розуміла, що це пекельна і дуже невдячна праця, тому собі такого ніколи не бажала.

Із чого все почалося?

Рукоділлям я почала займатися 6 років тому, коли дізналася, що вагітна. На той час тільки закінчила університет, працювала в місцевій газеті. Тут я відчула, що вмираю від нудьги. У той момент хендмейд набирав обертів – і

багато моїх знайомих починало пробувати свої сили всюди, де можна було підзаробити. Ми з подругою теж вирішили спробувати.

Знайома дівчинка подарувала мені обруч ручної роботи з штучних квітів (тоді як раз був їх пік популярності) – і я для себе вирішила, що буду робити такі обручі. Пам'ятаю своє перше "бізнес"- літо: тоді я майже кожен день віддавала замовлення, і не по одному.

Коли пройшла мода на подібні аксесуари, почала брати весільні замовлення: оформляла пляшки, келихи, свічки, букети для наречених зі стрічок, шила подушки для обручок, підв'язки, різноманітні бутоньєрки. Але з часом зрозуміла, що це не моє.

Але, оскільки я дуже творча і вже увійшла в кураж, потрібно було шукати щось нове. І я почала плести прикраси в волосся для наречених з дроту і каменів. Тут-то і зрозуміла: це моє!! Я була в захваті, але, на жаль, від цієї роботи дуже боліли пальці, бо постійно накручуєш дрiт, намагаєшся рівно його натягувати, щоб були однакові намотки. Я займалась цим близько півтора року і паралельно заглядала на профілі майстринь, які вже щосили вишивали брошки. Чомусь тоді мені здавалося, що нашій аудиторії це зовсім не сподобається: брошка дешевить образ, а бісер – це взагалі не для мене. Але одного разу я таки зважилася і вишила собі першу брошку. Із того моменту всі мої намистини і дрiт для прикрас лежить в шухлядці й чекає, коли ж мене відпустить хвиля брошкomanії. І ось вже майже 3 роки я шию брошки!!!

Як ти зрозуміла, що хендмейд – це твоє?

Розуміння прийшло не відразу, а тоді, коли почала шити брошки. Саме в цей період я почала працювати тільки вночі, оскільки синок підріс. У садочок ходити у нас не вийшло, дитина потребувала все більше й більше уваги до себе. Денний сон зник. І ось коли я, втомлена за цілий день, сідаю вночі і починаю шити, навіть не на замовлення, а просто тому, що так хочеться, розумію, що в цьому моя віддушину, моє перезавантаження.

Дуже добре пам'ятаю всі свої перші прикраси, їх я завжди дарувала своїм подругам. І все, щоб не починала робити, спочатку залишаю собі або дарую дівчатам. Кожне замовлення для мене – це дуже відповідально. Мене завжди переповнюють емоції, я намагаюся зробити все якнайкраще, ніби роблю для себе. До речі, навчалася я спочатку по відеоуроках на Youtube, потім купувала різні курси в майстринь, окремі майстер-класи. Щось робила інтуїтивно.

Де черпаєш натхнення?



Я багато спілкуюся з дівчатами, які займаються вишивкою, багато ідей черпаємо одна в одної. Але це ідеї тільки стосовно форми, зміст я ніколи не копіюю. По-перше, це неповага до автора, а по-друге, насправді навіть свою роботу повторити дуже складно. Часто дивлюся на образи зірок: там можна побачити багато цікавих ідей. Також ідеї народжуються залежно від того, який зараз стиль модний в одязі, які принти, кольори.

Це твоя основна робота?

Крім рукоділля, я працюю на двох роботах. Основна – Лебединський центр позашкільної освіти. Тут я працюю керівником гуртків: займаюся з дітками 4-6 років у школі раннього розвитку, так само викладаю журналістику для дітей 8-11 класів. Друга моя робота – це наша місцева газета «Життя

Лебединщини». Там я відповідаю за деякі сторінки, які готую щотижня. Паралельно з дітками з гуртка журналістики ми випускаємо свою авторську сторінку, яку публікують у цій же газеті. Спочатку я планувала працювати на телебаченні, пройшла двомісячне стажування на телеканалі "Пульсар", який існував років 6–7 тому в Сумах, але в нашому місті його так і не відкрили. У той період я вийшла заміж, чоловік тоді мав непогану роботу і я була змушена залишитися вдома. Тому з роботою на телеканалі не склалось.

У 25 років я знову стала студенткою. Так склалося, що мені запропонували роботу. Деякі люди дуже хотіли, щоб я відкрила гурток журналістики, оскільки подібних у нашому місті не було, але для цього потрібно було мати педагогічну освіту. І мені довелося вступати. Навчалася я 2 роки в Сумському обласному інституті післядипломної освіти. Під час цього навчання зрозуміла, що все потрібно робити вчасно. У 25 вже не так просто отримувати знання, у 18 цей процес куди простіше, легше і приємніше. Якраз у той період паралельно навчалася в автошколі. Згадую це все, як повний треш: 2 роботи, чоловік, дитина, автошкола і навчання.

Які складнощі та мінуси є у твоїй роботі?

Я дуже вимоглива до себе, тому коли в перший день зроблю прикрасу, мені здається, що вона геніальна, але коли проходить кілька днів, починаю вишукувати недоліки, думати, щоб переробила. Звичайно, не все виходило з першого ж разу, були й зіпсовані келихи, і розпороті подушки, і перешиті брошки. Але і зараз найскладніше для мене – це підбір матеріалів. Не вмю я до кінця розуміти, яким буде той чи інший виріб, все приходить у процесі. Ці метання між матеріалами й ретельним їх підбором займає дуже багато часу та сил. Буває, що поки вибереш ту чи іншу форму намистин або бісеру, сил на вишивання не залишається. У рукоділлі я бачу один великий мінус – це не головний вид моєї діяльності. Я не можу прокинутися зранку і поринути з головою в процес творчості. Тим паче, все впирається в дохід, а в хендмейді він

не стабільний. Тим більше зараз. Скажу відверто: дуже впали замовлення з приходом ковіду в наше життя. І це не тільки в мене, це думка багатьох дівчаток, з якими я спілкуюся. Щоб хендмейд став основною діяльністю, потрібен хороший капітал, постійна клієнтська база. Моя голова завжди зайнята дітьми, заняттями, конспектами. Хоч іноді мені здається, що це теж моє і це дуже приємно, коли до тебе біжать ці малявки, обіймають і кажуть, що скучили. Адже любов дитини не купиш ні за які гроші. Ця робота теж приносить задоволення, але не на стільки. Зараз, зізнаюся чесно, я б не ризикнула все кинути і залишити один хендмейд. Можливо, у майбутньому щось зміниться ...

Тебе завжди підтримують?

Підтримка – дуже дивний предмет: вона ніби є і її начебто нема. Частково рідня підтримувала мене, батьки завжди були "за", бо розуміли, що я дуже активна і творча, мені просто необхідно кудись направляти свою енергію. Чоловік ніколи не сприймав це серйозно, навіть був час, що ставив заборони й ультиматуми. Спочатку мене це жахливо дратувало, але це вже зараз я розумію, що не можна чимось дуже сильно горіти, потрібно знати міру й намагатися розподіляти свою енергію рівномірно. У мене бували періоди, коли я вдень і вночі сиділа над замовленнями, не бачила нікого і нічого біля себе. Це не є добре. Але в той же момент розумію, що це був своєрідний протест, напевно, просто дійсно хотілося підтримки ...

Що порадиш новачкам?

Я дуже хочу порадити дівчатам, які мріють відкрити свою справу, вірити в себе, не слухати оточуючих, не піддаватися сумнівам. Адже всі страхи й комплекси тільки в нашій голові. Життя у нас одне, і ми маємо право проживати його так, як захочемо. І нехай навіть щось і не виходить, але

помилку не робить той, хто зовсім нічого не робить! Тому насолоджуйтеся життям, надихайтеся і слухайте своє серце, як це роблю я.

ВИСНОВКИ

Сторітелінг – це розповідь важливого у форматі історій, які захоплюють з першого ж речення. Оволодіти цією майстерністю просто – достатньо відійти від шаблонних розповідей та вкласти туди трішки душі, аби ваші історії перечитували знову і знову. Люди цінують щирість та простоту, важкі терміни давно нікому не зрозумілі. Тому цікавий сюжет та емоційність – найкращі друзі сторітелінгу.

Особливої актуальності сторітелінг набув завдяки принципам подачі інформації: автор стає для нас ніби добрим знайомим, який розповідає цікаву історію з якоюсь метою. Ненав'язливо відбувається вплив на аудиторію, завойовуються її довіра й лояльність, внаслідок чого реципієнти самостійно ухвалюють рішення та роблять відповідні висновки. Дослідження з багатьох сфер доводять, що історії більше ефективні, ніж простий виклад фактів. Тому інформація запам'ятовується набагато простіше. Головні ознаки сторітелінгу – емоційність, правдивість, новизна, щирість, сфокусованість на одній темі.

Особливості використання засобів сторітелінгу в ЗМІ ми досліджували на матеріалах інтернет-видань «Sumy Today» та «Трибуна», часовий проміжок – з 1 по 25 березня. Обидва видання використовують засоби сторітелінгу у своїх матеріалах. Видання «Sumy Today» зачіпає різні тематики з елементами сторітелінгу, в той час як видання «Трибуна» пише лише про ковід.

Наш інформаційний продукт складається із двох журналістських публікацій, створених із використанням засобів сторітелінгу: «Від новачка до експерта у відеографстві» та «Рукодільниця з душею журналіста». Загальний обсяг – 0,40 авторського аркуша. Героїні матеріалів – дівчата приблизно одного віку, які закінчили СумДУ за спеціальністю «Журналістика».

У матеріалі «Від новачка до експерта у відеографстві» йдеться про Альону Гайдукову – дівчину, яка, перш ніж знайти свою омріяну сферу діяльності, шила дитячий одяг, знімала відеоролики на YouTube, працювала на

телебаченні, пробувала себе в малюванні та написанні книжок. І ось це все привело її до відеографства.

Матеріал «Рукодільниця з душею журналіста» – історія унікальної дівчини Анастасії, яка у свої 27 років поєднує дві роботи, заміжжя, материнство та власну справу. Як? Усе дуже просто. Коли ти по-справжньому насолоджуєшся тим, чим займаєшся, то це справжній успіх!

Ідея цих матеріалів – показати, що кожна людина може самореалізуватися, відкрити власну справу та насолоджуватися тим, що вона робить. Не завжди на шляху до здійснення цілей все йде гладко. Є люди, які будуть проти ваших захоплень, але не варто забувати, що це ваше життя і тільки ви вирішуєте, яким чином його прожити.