

УДК 373:371.33

DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4634.2019.176194>

Неллі Бондаренко, кандидат педагогічних наук,
старший науковий співробітник відділу навчання української мови
та літератури Інституту педагогіки НАПН України

STORYTELLING ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ТРЕНДІ ВСЕПРЕДМЕТНИЙ МЕТОД НАВЧАННЯ

У статті обґрунтовано актуальність Storytelling(y) як комунікаційного тренду та доцільність його застосування як методу навчання усіх шкільних предметів і виховання. З'ясовано особливості Storytelling(y), відмінності між його різновидами; доведено прикладне значення. Схарактеризовано види історій, їх будову, структурні компоненти. Надано поради щодо створення історій, їх оприявлення. Розкрито особливості й можливості застосування методу Storytelling як усепредметного. Сформульовано висновки, накреслено перспективи подальших досліджень.

Ключові слова: заклади загальної середньої освіти; Storytelling; усепредметний метод навчання.

Лім. 14.

Nelli Bondarenko, Ph.D. (Pedagogy), Senior Researcher of the Ukrainian Language and Literature Department, Institute of Pedagogy of National Academy of Educational Sciences of Ukraine

STORYTELLING AS A COMMUNICATION TREND AND A METHOD OF TEACHING ALL SUBJECTS IN SCHOOL

In the article the author reveals the factors of the relevance of Storytelling as a communication trend. The author considers the expediency of using Storytelling as a method of teaching all school subjects and education with the prospect of prolongation at universities. The article defines the definition of storytelling. The author describes the essence of storytelling and tracks the story of the emergence of storytelling as a commercial method (from David Armstrong to the present day). The author also reveals the advantages and potential of storytelling in the field of business and communications.

According to the results of the analysis of the scientific works of many researchers, the author concludes that it is necessary to study various aspects of storytelling – from commercial to value. In addition, many storytelling problems are not sufficiently explored in native pedagogy. The urgent need is to develop scientific bases and algorithms for the introduction of storytelling as a promising method of teaching all subjects in the Ukrainian school. Storytelling has a significant potential for the upbringing of future Ukrainian citizens.

The author put forward many arguments proving the expediency of using the term “storytelling” in the Ukrainian language in the language from which it was borrowed. By revealing the features and possibilities of using the storytelling method, the author argues that this method has the applied value and educational potential.

His thoughts on the effectiveness of this method are reinforced by concrete examples of various subjects in the school curriculum. The article also gives examples of educational tasks that can be solved by the teacher using the method of storytelling.

In the article you can read about not only the features of storytelling, but also about the differences between different types of this method. Characterized by storytelling, types of stories, describes the role of headings and subtitles of such stories, which helps to reveal the contents of stories. The author described the types of storytelling, classifying them in terms of content, structure and structural components. Different variants of story deployment are offered. The attention is paid to various techniques for creating and narrating stories. In this context, the author attempts to determine the specifics of the Ukrainian version of storytelling.

The author presents methodological tips for creating stories, offers ways to publish these stories. The article contains the conclusions and perspectives of studying the problems of storytelling.

Keywords: institutions of general secondary education; Storytelling; a method of teaching all subjects at school.

Постановка проблеми. Віртуалізація спілкування в сучасному глобалізованому світі перетворила його на втрачене мистецтво, якого потрібно вчити заново.

Розказування історій, яке розвинулося в сучасний Storytelling, у методиці навчання мови

відоме як оповідання про випадок із життя. Цей вид роботи з розвитку мовлення п'ятикласників, який не мав продовження в наступних класах, успішно практикують в українській школі впродовж десятиліть. Благодатним матеріалом для роботи були, є і будуть сюжетні оповідання

Василя Сухомлинського з виразним ціннісно орієнтованим життєвим змістом. Новочасна актуалізація непроминутих ідей геніального українського педагога, письменника і вченого, до яких ми постійно звертаємося, щоб виплекати Людину майбутнього, має стати справою честі вітчизняної науки. Інтелектуальний і практичний спадок Великого Українця гідний поширення в усьому світі.

Водночас і закордонний досвід дає можливість осучаснити і збагатити напрацювання українських науковців. Відносно новий перспективний метод навчання й виховання Storytelling стрімко набуває популярності як дієвий інструмент оптимізації освітнього процесу і самореалізації шкільної юні, її адаптації в сучасному світі.

Storytelling (story – *розповідь, історія*; tell – *розповідати*; *Storytelling* – *розповідання історій*) – **ефективний метод донесення інформації** шляхом розповіді зворушливих, повчальних, смішних історій. Під визначення Storytelling(y) підходять дитячі казки, отже, існує він з давніх-давен. Їх мета – навчити дитину розрізняти добро і зло. Але нового смислу – досягнення конкретної цілі – набув недавно. Бізнесмен за допомогою цікавої історії рекламує свій продукт і збільшує продажі, а отже, прибутки. Крім того, значну роль відіграють емоції, що підсилюють пам'ять. Оповідь зазвичай ведеться від імені героя, який досяг значних успіхів, але прагне більшого і мріє про нові. Нині спосіб передачі інформації через мистецтво розповідати історії – один з-поміж найдієвіших у світі інструментів менеджменту, лідерства, досягнення успіху, найзапитаніших та найефективніших методів навчання й виховання. Storytelling наявний скрізь – у кіно, на сайтах, на YouTube, у рекламі, в інтернет-магазинах, у Landing(ax), роликах, статтях, буклетах... Він дає змогу мотивувати, аналізувати, порівнювати, засвоювати й передавати знання, ефективно доносити інформацію, презентувати власну ідею, візуалізувати, деталізувати, збагачувати й розвивати мовлення, творчі здібності, уяву, проявляти емоції, здобувати високі результати; запобігає конфліктам і нівелює наявні; сприяє взаєморозумінню, самопізнанню. Складники успіху – правдивість історії, її докладність, конкретність.

Storytelling як метод уперше застосував Девід Армстронг. Він ґрунтується на психологічній закономірності: історії незрівнянно кращі, ніж накази, правила чи директиви, й легко асоціюються з особистим досвідом. Своє

концептуальне бачення методу Армстронг виклав у книзі “Managing by Storying Around”. Відтоді він успішно використовується керівниками найуспішніших у світі компаній, які включили вміння розповідати історії в набір ключових інструментів лідерства й запровадили спеціальну посаду корпоративного оповідача. Це Apple, Microsoft, Nike, Motorola, Procter & Gamble, Disney, Armstrong International, Mary Kay Cosmetics, НАСА, Всесвітній Банк та інші. Storytelling застосовують маркетологи, коучі, консультанти в бізнес-середовищі – щоб мотивувати персонал і швидко навчити новачків, покращити показники роботи компанії, зацікавити клієнта, покупця. Інформація про товар чи послугу, корисність та зручність, переваги над іншими подається у вигляді захоплюючих історій, відгуків клієнтів, життєвих ситуацій. Запитаність Storytelling(y) зумовлена тим, що за жорсткої конкуренції найбільшим попитом користується товар з історією. В успішності методу переконуються самі учні, коли пишуть тексти для блогів – цікаві оповіді збільшують аудиторію. Вони зрозумілі й доступні людям будь-якого віку й досвіду. Нині **Storytelling – актуальна комунікаційна технологія**, одна з сучасних форм комунікації виробника зі споживачем.

Метод Storytelling полягає в популяризації через імідажеві проекти яскравих історій успіху і кар’єрного злету відомих особистостей, які здійснили свою заповітну «американську мрію» – політиків, кінозірок, співаків, дизайнерів, бізнесменів, мільйонерів, мільярдерів. Авраам Лінкольн, Генрі Форд, Барак Обама, Майкл Джексон, Дональд Трамп своїм прикладом надихали й мотивували не одне покоління людей в усьому світі, утверджуючи, що це під силу кожному. “Кожен великий лідер – неперевершений оповідач”, – стверджував Говард Гарднер, психолог Гарвардського університету. **Storytelling було визнано найкращою бізнес-ідеєю 2006 року.**

У галузі освіти це чудовий привід для мотивації здобувачів освіти добре вчитися, щоб досягти успіху, збагатити власний досвід рецептами виходу з найскладніших ситуацій, розв’язання непростих проблем, запобігання повторень чийось помилок. Основним завданням Storytelling(y) є збагачення духовного світу особистості й стимулювання уяви. Науковці (С. Брайнт та ін.) вважають, що за допомогою методу можна досягти важливих результатів: 1) поживити освітній простір, зняти напругу, створити невимушену атмосферу; 2) встановити тісніший контакт між учителем і учнями, привернути й утримати їх увагу.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблеми використання Storytelling(y) досліджували Х. Айяр, А. Акгун, Д. Брайт, Д. Вілсон, Р. Гілл, Е. Ердоган, Х. Кескин, П. Монг, П. Сміт, А. Сіммонс, Д. Соле, М. Шумейт; С. Гузенков, К. Гопіус, О. Колесниченко, О. Фадєєва, О. Чеснокова. Йому присвячено статті О. Караманова, М. Василишина, К. Симоненко, Е. Ерднієвої, Н. Гущиної, О. Градюшка, М. Маєвської, О. Тодорової, роботи Я. Яненка. Більшість науковців акцентують комунікаційний аспект і цінність Storytelling(y), трактують його як мистецтво опису реальних (уявних) подій за допомогою тексту і мультимедійних елементів (А. Акгун, Х. Айяр, Е. Ердоган, Х. Кескин) [4]; розглядають як обмін знаннями й досвідом через розповіді й історії з метою донесення ідей, розкриття понять, причинно-наслідкових зв'язків [6], описують відмінності використання Storytelling(y) у PR, рекламі, журналістиці [2]; розглядають мультимедійний Storytelling як новий формат журналістського медіатексту, збагачений аудіовізуалом, інфографікою тощо.

Розробленню наукових засад Storytelling(y) й технології його використання в процесі розбудови Української нової школи увага досі не приділялася, й лише окремі статті торкаються освітньої проблематики. Storytelling як метод навчання малодосліджений і використовується переважно в методиці навчання іноземних мов дошкільнят і дітей молодшого шкільного віку. Бракує праць, присвячених застосуванню методу в процесі вивчення предметів гуманітарного циклу учнями основної і старшої школи. Особливий інтерес впровадження технології Storytelling становить для української лінгводидактики.

Мета статті – розкрити особливості Storytelling(y) як сучасної комунікаційної технології; переваги й можливості використання його як усепредметного якісно нового методу навчання й виховання в Українській новій школі.

Виклад основного матеріалу. Дискусійною є назва методу. Науковці, до чийого кола інтересів Storytelling увійшов нещодавно, не знайшли адекватного аналога і пропонують зберегти іншомовний термін на позначення нового для нас явища. Вони наводять такі аргументи. 1. Термін прийшов до нас одночасно з поняттям (як, наприклад, *футбол*), тому немає потреби вигадувати для нього іншу назву (приміром, *розказування історій*). 2. Поняття Storytelling ширше й багатовимірніше, ніж згадане оповідання про випадок із життя, яке не розглядається в комерційному аспекті. На нашу думку, *розказування історій* – цілком прийнятна

тимчасова терміносполука з перспективою вдосконалення. Написання ж англійського слова кирилицею (*сторітеллінг*) як з одним, так і з двома л, до чого вдається більшість науковців, нагадує “*Та камон!*”, “*Ол ю нід із фуд*” або рядки з гуморески Павла Глазового “*Учить дід англійську мову*”: “*Пліз гет май шюз мендід, бабо...*” А тут ідеться про науковий стиль. Компромісним варіантом, на наш погляд, може бути використання терміна мовою оригіналу – *Storytelling* (так уже пишеться в українській чимало слів – назви корпорацій, газет тощо).

Переваги Storytelling(y) полягають в його універсальності й інтерактивності. Важливість Storytelling(y), його роль і місце у вивченні історії, географії, ботаніки, біології, фізики акцентувала Сара Брайт у книзі “*Як розповідати історії дітям і декілька історій для розповіді*” [5]. Метод використовують для ненав'язливого природного ознайомлення дітей із правилами належної поведінки в оточенні й довкіллі у розважальній формі. Розказування різноманітних історій доцільне під час вивчення предметів як гуманітарного, так і природничого циклу. Наприклад: *За що київського князя Ярослава назвали Мудрим. Про запорожців* (історія); *Як музика впливає на рослини. Смачне відкриття Френсіса Дрейка* (про картоплю) (ботаніка); *Що мене здивувало в зоопарку. Вчинок тварини, гідний поваги* (біологія); *Чому я займаюся ранковою зарядкою. Розумні живуть довше* (біологія); *Чому Місяць – скибочкою? Винахід двох хлоп'ят* (про підзорну трубу) (фізика, астрономія); *Кольорові дощі. Дзеркало або життя!* (хімія); *Центр Європи.*

Хто і як змінює обличчя Землі (географія); *Українська народна пісня. Микола Лисенко* (музика); *Картини Катерини Білокур. Портрети генія* (художня культура); *Техніка на службі в людини. Слава українських майстрів* (технології). Розповіді про визначних діячів із різних галузей знань, історії їх успіху природно імплементуються в зміст усіх без винятку предметів як шкільного, так і вишівського курсу. Storytelling одночасно є методом навчання й виховання. Ідеальним середовищем для його використання вважають електронне.

Метод Storytelling синтезує здобутки кількох галузей науки – соціології, журналістики, медіа, реклами та PR-комунікацій, культурології, мовознавства, психології, педагогіки, лінгводидактики, театрознавства та інших. У курсі української мови Storytelling доцільно застосовувати під час вивчення будь-якої мовної теорії на текстоцентричній основі; культури мовлення,

зокрема мовленнєвого етикету, що охоплює безліч ситуацій, які можна представити у вигляді історій (наприклад, знайомство юнака й дівчини); риторики в 10 – 11 класах у процесі підготовки публічних виступів і дискусій (у цьому разі Storytelling використовують і як метод навчання, і як метод переконання). Доцільно використовуючи Storytelling, учитель-предметник вирішує кілька важливих завдань: збагачує інтелект учнів, розширює їх світогляд; розвиває здатність комунікувати; удосконалює навички мовленнєвої діяльності (аудіювання, читання, говоріння); збагачує ціннісні структури особистості; розвиває емоційну сферу; сприяє інкультурації здобувачів освіти; збагачує зміст і форму конкретного шкільного предмета, який вивчається.

Основними **функціями** Storytelling(y) є: *спонукальна*, яку ще називають *мотиваційною* (надихає на новий проєкт, ініціативу); *об'єднувальна* (слугує інструментом розвитку дружніх стосунків, колективної культури, спільної ідентичності); *комунікаційна* (підвищує ефективність спілкування); *впливу* (урізноманітнює мотивацію, зміцнює авторитет лідера, формує суспільно корисні переконання); *практична*, яку ще називають *утилітарною* (спрошує доведення завдання чи проєкту).

Розрізняють такі **види** Storytelling(y): *некомерційний* і *комерційний* (історії задля створення тренду, марки, товару, ідеї, залучення людей, іміджу); *пасивний* (за створення і розповіді історій відповідає учитель) і *активний* (історії розказують учні, а вчитель направляє їх). Пасивний Storytelling використовують на початку вивчення теми, подаючи у формі розповіді нові правила, теорії, закони, активний застосовують для засвоєння й закріплення знань.

Знаковим є **заголовок** Storytelling(y), який має миттєво зацікавити цільову аудиторію. Інколи акцент переноситься на **підзаголовок**.

За змістом Storytelling буває: 1) *культурний* (передає знання про цінності, моральність, правила поведінки в суспільстві, вірування); 2) *соціальний* (обмін новинами про все і всіх, що може стати прикладом для власного життя й запобігти повторення чийось помилок); 3) *міфи, казки, легенди* (відображають культуру, вчать творити добро й уникати зла, щоб бути щасливими); 4) *незрозумілий* (про НЛО та інші неояснені явища); 5) *сімейний* (передбачені з покоління в покоління повчальні розповіді про те, ким були і як жили предки); 6) *дружній* (розповіді про пережитий разом досвід, що об'єднує); 7) *особистий* (особисті історії, що сприяють самопізнанню, самоаналізу помилок і успіхів, саморозвиткові).

В основу історії можна покласти реальну цікаву подію. Обов'язкова наявність персонажа, інтриги, сюжету. Контент має бути цікавий, корисний, а сюжет – логічно спроектований. Для підготовки захоплюючої розповіді використовують інформаційну піраміду. Привернувши увагу слухача інтригуючим початком, створюють передумови зацікавлення розповіддю, розвивають тему, повідомляють факти, вдаються в деталі, а потім розповідають головне. Підводять до самостійного висновку, узагальнення. Розповідь будується за принципом поступового нарощування вражень. Основне завдання – зробити слухача безпосереднім учасником історії.

У передмові до інтерв'ю з відомим кінознавцем Сергієм Тримбачем під красномовною назвою “Історії – це ми” Лариса Івшина наголошує на необхідності “зв'язати часи в культурі” [3, 22]. Вона представила митця як людину, яка “застала” два століття і є носієм запасу пам'яті, ціннісної інформації. Звертаючись до учасників Літньої школи газети “День”, він сказав: “Коли мені було стільки ж років, скільки вам нині, то я жив багато в чому спогадами моєї бабусі. Такі розповіді розширюють часопростір нашого життя, тому слухайте те, що розповідають старші. Бо часто молоде покоління просто ігнорує такі спогади. *Історії – це ми*. Існує багато версій слова “історія”. Одна із них – слухати розповідь”. І дає практичну пораду майбутнім журналістам: “треба розвивати фантазію і навчитися заводити її у річище якоїсь історії, яка буде зрозуміла. Бо історії роблять не тільки герої, а й такі прості люди як наші бабусі, дідусі, батьки”. Жодній владі досі ми не були потрібні як учасники історії. Якщо ви не відчуватимете себе повноправними учасниками історичного процесу, то так і залишитеся на узбіччі життя [3].

За методом Storytelling(y) працюють з різнометними й різноманітними історіями. Починати потрібно з народних казок і невеличких оповідань. Ефективні повчальні історії з життя відомих особистостей – учених, педагогів, діячів культури і мистецтва, політиків. Цікавлять учнів жартівливі історії. З дорослішанням і набуттям ними досвіду долучаються власні історії та імпрровізації. Такі зразкові тексти пропонуються в підручниках і посібниках автора цієї статті [1].

Історію вважають вдалою, якщо вона відповідає таким **критеріям**: розкриває чітко окреслену цікаву тему; має розгалужений сюжет; переконлива; включає достовірні факти; містить яскраві характеристики, словесні картини, описи; задовольняє запити слухачів; відповідає особливостям аудиторії; впливає на неї емоційно.

Щоб *створити історію*, потрібно: 1) вжитися в тему; 2) пригадати готовий або розробити докладний динамічний сюжет, де події ідуть одна за одною; 3) вибрати реального або вигаданого героя, дати йому ім'я, наділити певним характером, зовнішністю; 4) придумати несподівану інтригу для утримання уваги аудиторії; 5) перечитати текст і додати метафор; 6) дотримуватися невеликого обсягу.

Загальна *структура* історії має включати: початок (підводить до історії, створює її контекст), кульмінацію (переломний момент); розв'язку (завершення історії).

Виділяють кілька варіантів *сюжетів* Storytelling(y), що відрізняються своєю структурою: 1) *класичний* (головний герой – мета – перешкоди на шляху до мети – їх подолання – результат); можна використовувати для мотивації, пояснення процесів, явищ, вибору способів розв'язання проблем (задач); 2) *боротьба з монстром* (головний герой – зустріч з монстром – боротьба й перемога – досягнення мети); застосовують для мотивації; 3) *історія Попелюшки* (герой – незвична ситуація – поява проблеми/ворогів – втручання чарівного персонажа – щасливе вирішення ситуації); доцільна для мотиваційних промов, пояснення чи порівняння процесів, явищ, опису еволюційних змін, вибору способів вирішення задач; 4) *день байбака* (герой – мета – дії героя й повернення до висхідної позиції – вибір правильної стратегії поведінки – досягнення мети); підходить для роботи над помилками; 5) *квест* (герой – ціль – зміна кількох локацій і вирішення в кожній із них певних задач – почергове досягнення проміжних результатів – тріумф); застосовують для моделювання проблемних ситуацій, вирішення аналітичних задач, закріплення навичок.

Осібне місце в мистецтві Storytelling(y) посідають *казки*, які були, є і будуть зливком народної мудрості, знань, досвіду, осердям культури, моралі, світогляду і водночас засобом їх міжпоколінної ретрансляції. З огляду на це британці розглядають казки як міждисциплінарний засіб навчання. Надати історії більшої динамічності та яскравості допоможе візуальне тло (фото, ілюстрації, інфографіка, презентація). Щоб уникнути монотонності, треба чітко спланувати послідовність викладу тексту й візуальних елементів. Інформація, оформлена і подана у вигляді розповіді, ще й закодована у яскравих візуальних образах, краще сприймається, запам'ятовується й засвоюється.

Описано різні *техніки створення й оприлюднення історій*. Це *Мономіф*, або *Шлях*

Героя. *Гора*. *Рамка*. *Sparklines* (реальне й уявне). *Починаємо з кінця*. *Фальстарт*. Науковці виділяють такі *прийоми* навчання розказування історій. Основні: зразок, план, аналіз. Допоміжні: запитання, нагадування, вказівка, заохочення, підказка. Специфічні: запис розповіді учнів, придумування розповідей-мініатюр, об'єднаних тією самою дійовою особою тощо. Це може бути розповідь: на тему, запропоновану вчителем; за планом; за поданим початком; за опорними словами; складання розповіді чи казки за власним сюжетом.

Мистецтво *донесення історії* до слухачів належить до сфери риторики і включає: діалогування; апелювання; доцільні повтори; формулювання висновків; визначення перспективи, окреслення можливого розвитку предмета розповіді в часі або в просторі; нбтхненість, переконливість, відвертість, щиросердність оповідача; різноманітність інтонацій; емоційність; доцільне (але не надмірне) використання міміки, пантоміміки, жестової мови; рух (не метушня) по аудиторії. Утримувати увагу аудиторії допоможуть залучення слухачів у процес розповідання історії, незвичайний або неочікуваний поворот сюжету, зміна гучності голосу тощо.

Метод розповідання історій впливає на соціалізацію здобувачів освіти, *розвиває* у них *здатність*: обробляти й запам'ятовувати інформацію; логічно й критично мислити; аргументувати, виробляти особисту позицію; презентувати власні ідеї; використовувати і збагачувати власний досвід, знання, по-новому комбінувати їх; бути цікавим співрозмовником; оминаючи критику вказувати на недоліки; володіти мовним матеріалом, komponуючи його залежно від умов і мети спілкування, розвивати емоційний інтелект.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Використання Storytelling(y) має велике дидактичне і виховне значення. Розповідання історій розвиває уяву, логічне мислення, мовлення, здатність аналізувати, зіставляти, аргументувати і представляти себе та свої ідеї; збагачує емоційну сферу. Застосування методу потребує використання групових і колективних форм діяльності учнів, що сприяє їх соціалізації, розвитку комунікаційних навичок. Науковцям належить зацікавленіше ознайомитися з новим для вітчизняної науки і практики методом, який уже працює в світових освітніх системах; обґрунтувати наукові засади технології Storytelling(y); розробити покрокову технологію застосування методу Storytelling як

усепредметного; створити банк історій для учнів. Учителі зможуть використовувати їх на уроках із різних предметів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондаренко Н. В. Робота з текстом на уроках української мови : посіб. *Бібліотечка "Дивослова"*. 2008. № 5. 56 с.

2. Градюшко А. А. Мультимедійна історія і сторителлінг в структурі сучасної веб-журналістики. *Міжнародна журналістика-2016: турбулентність міжгосударственных отношений и медиа : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 18 февр. 2016 г. Минск, 2016. С. 87–91.*

3. Рибалко Л., Ложенко І. "Історії – це ми". Кінознавець Сергій Тримбач – про перспективи українського кінематографа, важливість міфотворення і ... моральну людину. *День*. 2017. № 140–141. 11–12 серп. С. 22–23.

4. Akgun A., Keskin H., Ayar H., Erdogan E. The Influence of Storytelling Approach in Travel Writings on Readers Empathy and Travel Intentions. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2015. Vol. 207. pp. 577–586.

5. Bryant S. C. How to Tell Stories to Children: And Some Stories to Tell. 1985.

6. Sole D., Wilson D. Storytelling in organizations: The power and traps of using stories to share knowledge in organizations. LILA, Harvard, Graduate School of Education, 2002.

REFERENCES

1. Bondarenko, N. V. (2008). *Robota z tekstom na urokah ukrainskoi movy* [Working with text on

Ukrainian language lessons]. *Library "Dyvoslova"*. No. 5, 56 p. [in Ukrainian].

2. Gradushko, A. A. (2016). *Multimedynaia istoriia i storitelling v strukture sovremennoi veb-zhurnalistiki* [Multimedia story and storytelling in the structure of modern web journalism]. *Mezhdunarodnaia zhurnalistika-2016: turbulentnost mezhgosudarstvennykh otnoshenii i media : materialy V Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., g. Minsk, 18 fevr. 2016 g. – International journalism-2016: turbulence of interstate relations and media: the Proceedings of the V International. Scientific-Practical Conf., Minsk, Feb. 18. 2016. (pp. 87–91). Minsk. [in Russian].*

3. Guzenkov, S. *Algoritmy storitellinga* [Algorithms of storytelling.]. Available at: <https://www.yakaboo.ua/algoritmy-storitellinga-kak-sozdavat-istorii-i-ispol-zovat-ih-v-tekstah-i-prezentacijah.html> [in Russian].

4. Rybalko, L. & Lozhenko, I. (2017). "Istorii – tse my". *Kinoznavevs Serhii Trymbach – pro perspektvyv ukrainskoho rinematohrafa, vazhlyvist mifotvorennia i ... moralnu liudynu* ["Stories are we". Film critic Serhiy Trymbach – about the prospects of Ukrainian cinema, the importance of myth-creation and ... moral person]. *Day*. No. 140–141. 11–12 Aug. pp. 22–23. [in Ukrainian].

5. Akgun, A., Keskin, H., Ayar H. & Erdogan, E. (2015). The Influence of Storytelling Approach in Travel Writings on Readers Empathy and Travel Intentions. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Vol. 207. pp. 577–586. [in English].

6. Bryant, S. C. (1985). *How to Tell Stories to Children: And Some Stories to Tell*. [in English].

7. Sole, D. & Wilson, D. (2002). *Storytelling in organizations: The power and traps of using stories to share knowledge in organizations*. LILA, Harvard, Graduate School of Education. [in English].

Стаття надійшла до редакції 23.05.2019



“Лише той вільний, хто самостійно мислить і не повторює чужих слів, значення яких він не розуміє”.

*Бертольд Ауербах
німецький письменник*

“Найбільша розкіш – це насолода розуміння”.

*Леонардо да Вінчі
італійський художник, винахідник*

“Розум людський володіє трьома ключами, що відкривають все: цифрою, буквою, нотою. Знати, думати, мріяти. Все в цьому”.

*Віктор Гюго
французький письменник, драматург*

