

Литвин С.В.

СТОРИТЕЛЛІНГ В ОСВІТІ

У світі сучасних технологій в умовах постійного оновлення інформації відбувається прийом великого обсягу матеріалу, що постійно вимагає нових способів його освоєння. Величезний пакет інформації, який мають переробити здобувачі освіти та вгамувати потребу в нових знаннях, щоб стати успішними у своїй індивідуальній освітній траєкторії, зростає, і, відповідно, зростає необхідність залучення до читання.

Встановлені стандартом вимоги до результатів навчання здобувачів освіти викликають необхідність зміни змісту навчання на основі принципів метапредметності як умови досягнення високої якості освіти. В освіті активно впроваджується колись забутий, але добре перевірений спосіб «розповіді історій», який отримав новомодну назву «сторітеллінг» - від англійської storytelling: story - історія та telling - вистава, вперше використана керівником однієї з корпорації США Девідом Армстронгом для покращення показників роботи компанії та швидкого навчання новачків, де «одним із принципів стає зв'язок теорії з практикою».

Сторітеллінг в освіті - це створення емоційних зв'язків, за допомогою яких можна управляти увагою здобувачів освіти, розставляти потрібні акценти, загострюючи увагу на важливих речах.

Сторітеллінг - термін, що вживається маркетологами, журналістами, психологами, викладачами та розуміється як комунікативна технологія, що дозволяє за допомогою нарратива зробити інформацію цікавою та такою, що легко запам'ятовується.

Термін «сторітеллінг» останніми роками став не тільки актуальним, а й модним, на що вказує різноманітність тренінгів, автори яких пропонують учасникам опанувати майстерність сторітеллінгу, позиціонуючи його, наприклад, як засіб, здатний в освіті відкрити двері у світ захоплюючих комунікацій з будь-якою аудиторією, як інструмент маркетингу, що дозволяє продавати та просувати товари та послуги, надихаючи покупців своїми історіями, та ін.

У науковій літературі сторітеллінг визначається як: технологія ефективних комунікацій; маркетинговий інструмент; інформаційно-комунікативна технологія

нарративної комунікації, що застосовується як інструмент управління персоналом; спосіб наставництва та передачі неявних знань; інструмент, який використовується у сферах корпоративної комунікації для висловлювання ціннісних принципів організації, а ЗМІ – на формування позитивного образу освітніх послуг.

Цікавий, з погляду, підхід, який розглядає сторітеллінг як ефективний спосіб подачі інформації, спосіб управління знаннями, наголошуючи на необхідності міжособистісної складової для ефективного управління знаннями. В даний час даний метод зарекомендував себе як ефективний засіб вибудовування зовнішніх і внутрішніх комунікацій, донесення до аудиторії інформації шляхом розповіді зворушливої, кумедної, часом повчальної історії з реальними чи вигаданими персонажами. Інформація при цьому міцно засвоюється, оскільки несе у собі смислове навантаження.