

Фенько Н. М.

Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка

Гундерук О. О.

Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка

ІНСТРУМЕНТИ КРЕАТИВНОГО ПИСЬМА В МЕДІЙНОМУ СТОРІТЕЛІНГУ

У статті досліджується креативна площина медійного сторітелінгу. Розглядаються конкретні інструменти, ефективні для залучення уваги та створення змістовних і впливових матеріалів. Підкреслюється необхідність розвитку творчого мислення в журналістиці та надаються практичні поради щодо використання сторітелінгу для ефективної комунікації з аудиторією.

Аналіз останніх досліджень у сфері медійного сторітелінгу демонструє затребуваність вивчення його креативного інструментарію. Об'єктом вивчення стали публікації із всеукраїнських онлайн-видань «Рубрика», «Reporters», «TheUkrainians» та кропивницького онлайн-видання «Гречка».

Пропонується аналіз журналістських матеріалів у розрізі креативного письма та сторітелінгу. Актуалізується думка, що мистецтво розповіді й робить медіатексти такими привабливими для читача, який хоче не просто почути історії людей, а й співпережити й надихатися ними. Креативне письмо допомагає не лише передати факти, але й пояснити їхнє значення в контексті, перетворюючи знання у легкі для сприйняття та емоційно насичені повідомлення.

Доводиться, що інструментами креативного письма в медійному сторітелінгу можуть розглядатися описи, деталі, діалоги тощо. Усі ці наративні гачки роблять історію живою і привабливою для читача. Такий інструментарій формує в кожній історії важливі акценти, а саме: місце і час, переломні моменти, діалоги та прямі цитати, деталі, емоції, мудрість тощо.

Для історії важливо, щоб вона була написана живим текстом. Говорити через діалоги та пряму мову героїв, запам'ятовуватися яскравими деталями та використовувати прості слова та речення – це ключові елементи живого тексту історії. Журналісти за допомогою особистих історій своїх героїв можуть допомогти аудиторії глибше розібратися з причинами та наслідками соціальних проблем; влучно проілюструвати складні процеси; показати контекст і перешкоди, щоденний досвід і переживання.

Інструменти креативного письма допомагають створити цікаві та емоційно насичені матеріали. Вони необхідні в роботі журналістів, які працюють у сфері художньої репортажистики.

Ключові слова: сторітелінг, медійний сторітелінг, креативне письмо, інструменти креативного письма, медіатекст.

Постановка проблеми. Боротьба медіа за увагу аудиторії набирає обертів, адже в цифровому світі саме увага стає ресурсом, що зникає. З одного боку, люди можуть отримати будь-яку інформацію, будь-які факти, а з іншого, – вони губляться в морі цієї інформації. Як влучно підмітила американська сторітелерка Аннет Сіммонс: «Нам не потрібні нові факти. Нам треба знати, що вони означають. Нам потрібна історія, яка б пояснила нам, що означає вся ця інформація для нас, і яке місце ми займаємо в її потоці» [22, с. 120].

Медійний сторітелінг та його креативний інструментарій дозволяють зробити інформацію зрозумілою і максимально наближеною до реципієнта.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Функціонал креативного письма в медійному сторітелінгу ще не став об'єктом ґрунтовних наукових досліджень. Поки що цей функціонал, зокрема в площині його практичного втілення, активно постає в посібниках для письменницької творчості. Так, популярними в Україні стали воркбуки Катерини Бабкіної «Звичка писати» [2], Таїс

Золотковської «Писати як дихати» [9], нотатник від Litosvita «Пиши сильно» [14] тощо. Книжки європейських та американських авторів Вільяма Зінссера [8], Крістофера Еджа [7], Енн Ламонт [12] пропонують широкий спектр порад з креативного письма для тих, хто бажає стати автором власних текстів.

Власне сторітелінг давно вже цікавить світову наукову спільноту. В українському перекладі наразі можна ознайомитися з легендарною працею Джозефа Кемпбелла «Тисячолікий герой» [10], сучасним виданням американської авторки Кіндри Холл «Сторітелінг, який не залишає байду-жим» [21], дослідженням Вілла Сторра «Наука сторітелінгу» [17]. На жаль, так і не з'явився переклад українською однієї із найкращих книжок про сторітелінг Аннет Сіммонс [22]. Утім ці напрацювання не заходять у площину медіакомунікацій, а більше спрямовані на літературно-письменницьку галузь.

Особливу увагу хочеться звернути на посібник для журналістів «Теми. Люди. Історії» [19], в якому окремий розділ присвячений сторітелінгу в медіа. У цьому розділі висвітлюються різні аспекти креативного письма та сторітелінгу. Авторами підкреслюються важливість обрання цікавих тем, розвиток уяви, а також вміння передавати почуття та емоції через медіатекст.

Останніми роками все частіше з'являються публікації вітчизняних науковців у сфері сторітелінгу. Так, Олена Харитоненко [20] і Юлія Блажеєвська [3] здійснили досить ґрунтовний огляд вітчизняних та зарубіжних публікацій, присвячених сторітелінгу, та наблизилися до осмислення явища на теоретичному рівні. Олена Васьківська розглядає сторітелінг як інструмент соціальної журналістики, коли через конкретну історію людини акцентується значущість проблем соціуму [4]. Ольга П'ятецька описує підхід до вивчення сторітелінгу з точки зору медіалінгвістики й доводить ефективність використання сторітелінгу для прагматичного розв'язання різних комунікативних завдань [15]. Аналіз медійних складників, що створюють синергетичний ефект у сприйнятті трансмедійного сторітелінгу реципієнтами, докладно подає у своїй статті Сергій Азеєв [1].

Постановка завдання. Мета статті полягає в активізації уваги до інструментів креативного письма та сторітелінгового потенціалу в сучасних матеріалах українських журналістів.

Виклад основного матеріалу. Журналісти – професійні сторітелери, тобто люди, які вмінуть

історію знайти і майстерно розказати своїй аудиторії. Журналісти за допомогою особистих історій своїх героїв можуть допомогти аудиторії глибше розібратися з причинами та наслідками соціальних проблем; влучно проілюструвати складні процеси; показати контекст і перешкоди, щоденний досвід та переживання.

Історії викликають емоційні зв'язки, що робить їх більш ефективними, ніж простий виклад фактів. Аннет Сіммонс у своїй праці «The Story Factor» підкреслює, що емоційне сприйняття інформації дозволяє читачам краще запам'ятати її [22, с. 130].

Емоційний аспект історій набуває надзвичайної ваги в контексті медійного викладу. Недооцінка чи відсутність емоційної насиченості може привести до того, що розповідь віддаляється від реалій, втрачаючи свою вірогідність та здатність викликати довіру аудиторії. Однак важливо зберегти баланс, уникаючи перенасичення розповіді деталями. Занадто велика кількість подробиць може перетворити історію на перелік фактів, позбавивши її драматичності та емоційної напруги.

Саме ті сюжети, які сприймаються аудиторією як найбільш емоційно насичені, стають вірусними. Розповіді про те, як герої долають безвихідні ситуації, завжди мають глибокий емоційний відгук у читачів.

Використовуючи особисті історії, журналісти максимально персоналізують інформацію, роблячи її більш доступною та значущою для аудиторії. У сторітелінгу відсутня нав'язлива думка автора. Читач самостійно обирає спосіб сприйняття представленої інформації. У цьому ключова відмінність сторітелінгу від інших форматів.

Історії краще запам'ятовуються, бо вони змушують читача відчувати. Краще запам'ятовують історії, які пробуджують емоції. Саме тому вони залишаються у свідомості аудиторії на довший час. Як влучно зауважив Вілл Сторр: «Диво історії в тому, що вона здатна зближувати людей так, що навіть любов її не перевершить. Історія дарує людям відчуття, що вони зрештою не такі самотні у своєму темному склепі» [17, с. 178].

Для журналіста, який працює над історією людей, важливим є вміння слухати. Люди закриваються, якщо їх не слухають, і вільно виражають свої думки, якщо відчувають, що їх уважно й зацікавлено слухають. Запорукою якісного репортажу є розкриття людини через історію. Кропивницьке видання «Гречка» часто використовує у своїх матеріалах інструменти сторітелінгу. Приміром, у публікації Таміли Делюрман «Кохання під час

війни: історія херсонки, яка наново вчиться жити у Кропивницькому» перед читачами розгортається не проста історія жінки, яка була змушена покинути домівку, народити дитину, втратити чоловіка на фронті. Через історію простої жінки журналістці вдалося панорамно показати долю багатьох українських жінок під час війни, їх незламність і силу: *«Попри все, Яна вірить насамперед у перемогу України. Тішиться, що має чудового сина від чудової людини та впевнена, що маленький Ігор виросте таким же сміливим, відважним патріотом своєї країни, як і його батько. Вона впевнена, що саме коханий Ігор був їй посланий Богом, а беззаперечним свідченням цього вважає те, що попри такі важкі часи їм вдалося дати нове життя»* [5].

Для історії важливо, щоб вона була написана живим текстом. Говорити через діалоги та пряму мову героїв, запам'ятовуватися яскравими деталями та використовувати прості слова та речення – це ключові елементи живого тексту історії. Кожне слово повинно мати сенс, розвивати сюжет, створювати атмосферу та пояснювати, не вдаючись до оціночних суджень.

Медійний сторітелінг активно застосовує інструментарій креативного письма. Спроможність створювати оригінальні тексти, які залишають слід у свідомості читача, стає ключовим умінням для впливу в умовах інформаційного перенасичення. Відмовляючись від простого перерахування фактів, автор використовує уяву для створення історій, які не лише передають факти, але й пояснюють їхнє значення в контексті. Креативне письмо допомагає перетворити знання у легкі для сприйняття та емоційно насичені повідомлення.

Інструментами креативного письма можуть бути різні поєднання, приміром інформаційної складової події та історії героїв. Назвемо цей інструмент «тема – історія». Він активно використовується в журналістиці рішень, де надзвичайно важливим є саме таке поєднання.

За прикладами звернемося до ресурсу «Рубрика», який позиціонує себе як медіа рішень. Практично кожна публікація тут – це проблема та історія її рішення. Ось як, наприклад, у матеріалі «Життя існує і під час хімії, і після неї»: три історії жінок, які отримали діагноз «рак молочної залози» і домоглися якісного лікування». У цьому матеріалі тема подолання онкозахворювання подається через історії різних жінок, які пройшли нелегкий шлях боротьби за одужання. Історії щирі та відверті, бо мають одну ціль – простою та доступ-

ною мовою захистити інших жінок від страху, помилок, відчаю: *«Рак – це не обов'язково поганний фінал, як це досі ще часто показують у книгах і фільмах. Медицина зараз здатна вилікувати будь-яку стадію, а на перших стадіях – це найбільш ефективно»* [18].

Ще одним креативним інструментом може бути опис через деталь. Головне правило опису – показувати деталі, а не розказувати про них. Приміром, у матеріалі: *«Поєднати традиції та сучасність: як на Чернігівщині відновлюють школу-мазанку»* замість того, щоб абстрактно описувати зусилля людей, читача заглиблюють в атмосферу Чернігівського краю. Журналістка приводить читача на місце подій, де традиції об'єднуються із сучасністю, а школа-мазанка стає важливим елементом культурної реставрації. Один із героїв матеріалу поєднує у своїх словах історію та сучасність українського села: *«Ця школа підпадає під статус архітектурної пам'ятки, хоча такою не є. Її побудували у 1927 році й це велика хата-мазанка. Це означає, що вона з глини й такою традиційною технологією ми тут її й відновлюємо. Вірю, що зараз такий підхід є дуже доречним. По-перше – в роботі ми використовуємо місцеві матеріали – це пісок, глина, солома. Тобто це така риса гордого українського села – будувати з того, що в нього є. Друга складова традиційного будівництва – формат толоки. Він актуальний як ніколи. Ми бачимо, що горизонтальні зв'язки – як-то толоки, рух волонтерства, рух спільнокошту є сьогодні тим, що у нас в Україні справді працює»* [16].

В описі журналісту необхідно уникати оціночності. *«Оцінки не лише роблять текст упередженим, вони його убивають. Нецікаво читати, якщо автор за тебе уже все придумав, пояснив і оцінив»* [19, с. 40]. Особливо небезпечними є несвідомі оцінки, які маскуються під описи або просто під вставні слова.

У матеріалі через історії онкохворих жінок без жодної оцінки ситуації показана сила жіночої волі. Деталі – це ключовий елемент. Журналіст занурює читача в реальний світ боротьби з хворобою, подаючи конкретні факти та виражаючи емоції через життєві сцени: *«А це Тетяна закликає не боятися випадіння волосся під час лікування. Період без волосся в жінки припав на зиму, вона цю свою тимчасову особливість не надто приховувала: «Якщо приходила в якесь кафе, я спочатку вибачалась: «Люди, ви ж не будете лякатися, що я зняла шапку?» І ніхто не заперечував. А якось прийшла на дитячий день народження і вдягла*

кепку. І дівчинка мене питає: «Навіщо ти наділа шапку? Я ж знаю, що ти без волосся». І мені так якось соромно стало, що я перестала це все діло ховати» [18].

Дієвим інструментом креативного письма в медійних текстах стає діалог. Він може подаватися через цитування героїв матеріалу. «Пряма мова потрібна, бо люди люблять читати про людей і від людей» [19, с. 47]. Журналіст – це посередник між читачами й героями. Його завдання не просто розповісти історію, а встановити контакт між аудиторією і людьми, про яких він пише.

Прикладом такого контакту постає якісний сторітелінг, який пропонують журналісти ресурсу «Reporters». У матеріалі «Батькові прапори. Історія однієї з родин, на яких стоїть Україна» початок подається у формі діалогу між батьками загиблого на війні сина:

– Мало тобі було просто мати сина, тобі потрібен був герой, – раптом тихо, але твердо починає жінка у чорній хустці. Українською вона розмовляє добре, та відчутний акцент видає рідну російську.

Чоловік мовчить. Горда постава, високо піднята голова, розправлені плечі. Здається, таких ніщо не може притиснути до землі. Навіть страшне горе.

– Ти сам був героєм, і сина хотів такого ж, – веде далі жінка. – Віддав 11 років, здоров'я та око за свою Україну, а потім ще й сина. Ти міг сказати два слова – і його б не взяли на війну, бо мав поганий зір. Ти все життя робив для України, і що вона тобі дала, твоя Україна?

Горе жінки-матері вихлюпується назовні. Може, вона й не хотіла б ранили чоловіка, та горе більше за неї саму. Він слухає, не перебиває. Дає горю вилитись тут, серед натовпу, осяяного теплим осіннім сонцем. А потім твердо відповідає:

– Спокійно, Іро. Не кажи так. Тисячі гинуть на фронті, таких, як наш син.

– Що мені тисячі? Мій син загинув. Мій. А винен ти. Ти!

– Винна Росія, Іро, в усьому винна Росія. Не Путін, а всі вони, росіяни. Ворог у нас той самий – що тоді, що тепер [11].

Цей діалог відразу занурює читача в трагедію родини, у складні переживання і стосунки між рідними. За цим діалогом постають тисячі людських голосів, непочутих і зневажених. Від того проблема набуває ще гострішої форми.

Історії, з якими працюють журналісти, – це особистий досвід людей, і цей досвід є важливою частиною сучасної журналістики. Кожна історія має свої важливі акценти, які формуються зокрема

інструментами креативного письма. Опишемо найбільш повторювані з них, ілюструючи прикладами із матеріалу Лариси Денисенко «Нові старі люди» [6].

1. *Місце та час.* Чіткі часові рамки та логічна структура історії дозволяють читачеві легко зрозуміти суть і уникнути додаткових уточнювальних запитань.

У тексті Лариси Денисенко досить широкий спектр хронотопу, від загальних протиставлень «війна – мир», «Україна – закордоння», «прифронтна територія – тил» до локальних просторів пологового будинку або звичайної квартири: «Зараз війна, а на війні – кожен сам за себе, і ти свій вибір зробила, – сказав чоловік, що залишився на українській території, це не окупований, але вже прифронтній, дружині, котра вивозила дитину в безпечніше місце».

2. *Переломні моменти.* Акцент на важливих переломних моментах робить історію пам'ятною та важливою для аудиторії. Цінність історії не в довжині, а в її влучності, унікальності описуваного досвіду: «Всі ми, що наважуємося зробити важкий вибір у важкі часи, часто сподіваємося на розуміння та підтримку найближчого кола. Бо як може бути інакше?». Для героїв журналістської історії Денисенко переломними моментами стають руйнування та відновлення зв'язків і між рідними, і між випадковими людьми, що потрапили у вирій війни.

3. *Діалоги та прямі цитати.* Діалоги та прямі цитати створюють взаємодію між людьми, що найкращим чином передає атмосферу історії. У тексті трапляється багато прихованих діалогів: «Я говорю з родиною, де тато, повернувшись у відпустку з фронту, вчинив насильство над усіма найріднішими, з котрими жив, ділив побут, котрих любив». Прямі цитати спрямовані на яскраву характеристику героїв історії: «Я бачу двох чоловіків під пологовим будинком. Вони не надто радісні, курять, один тримає в руках букет. «Та все нормально. Твоя ж не хотіла дітей. А ця, бачиши, попри весь трешак народила. Ти рід свій продовжив, мужик, свій рід!»

4. *Деталі.* У хорошій історії завжди є 1–2 значимі деталі, які роблять її живою та реальною. Це можуть бути описи місцевості, будівель, одягу, зовнішності людей, якісь характерні дії героїв. Деталь може стати ключем до розуміння, до відчуття того, що це не просто слова, а справжня історія. В історіях Лариси Денисенко багато деталей війни: відпустка з фронту, втеча від війни за кордон, розлучені сім'ї.

5. *Емоції*. Емоційність відрізняє історію від новини. Утім наявні в історії емоції не називаються, а дії героїв не оцінюються. У матеріалі Лариси Денисенко описуються складні емоції, де змішуються і радість, і біль. Ось як описується емоційний стан жінки, яка наважилася народжувати під час війни від чужого чоловіка: «Я бачу і її. Вона виходить, без дитини, але я розумію, що це вона. Як вона дивиться на них – із переляком чи полегшено, – важко сказати».

6. *Мудрість*. Кожна історія несе в собі мудрість. Історія не лише ілюструє проблему, а й несе певний набір цінностей, розкриваючи аспекти проблеми без намагання повчити аудиторію: «І тут, окрім плавати й впливати, гребти і триматися, рятуватися й рятувати, – важливо говорити і слухати. І якщо є бодай мала можливість, мале бажання не втратити близькості, наново познайомитися з ніби знаною людиною, не треба цим нехтувати. Але й не гризти себе, якщо нічого не виходить».

Діалоги та пряма мова, опис емоційних деталей, несподіваний кут зору на буденні моменти – це все так звані наративні гачки, які привертають увагу читача та впливають на нього.

Висновки. Розглянуті інструменти креативного письма, зокрема опис, деталі, діалог, підсилюють ефективність медійного сторітелінгу. Використання емоційно заряджених історій сприяє поглибленню зв'язку з аудиторією. Це підсилює емоційну залученість та відповідну реакцію на інформацію.

Використання креативного письма в медійному сторітелінгу виявилось ефективним засобом для підвищення усвідомленості та розуміння соціальних проблем. Історії дозволяють аудиторії зануритися в життя і досвід інших людей, що робить складні питання більш доступними та значущими.

Персоналізація інформації через особистий досвід допомагає покращити сприйняття та запам'ятовування матеріалу. Історії, які відтворюють реальний досвід та емоції людей, набагато ефективніше доносять інформацію та залишаються в пам'яті аудиторії.

Інструменти креативного письма допомагають створити цікаві та емоційно насичені матеріали. Вони необхідні в роботі журналістів, які працюють у сфері художньої репортажистики.

Список літератури:

1. Азєєв С. Трансмедійний сторітелінг як синергія жанрів, цифрового контенту та мультимедійних платформ. *Діалог: Медіастудії*. № 25. 2019. С. 8–17. URL : <http://dms.onu.edu.ua/article/view/195600> (дата звернення 04.04.2024).
2. Бабкіна К. Звичка писати. Книжка-зошит для роботи зі словом, натхненням та собою. Київ. Комора. 2020. 136 с.
3. Блажеєвська Ю. М. Сторітелінг у сучасних українських ЗМІ. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія «Соціальні комунікації». №17. 2020. URL: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/16527> (дата звернення 04.04.2024).
4. Васківська О.Є. Сторітелінг як інструмент соціальної журналістики. *Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph / Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskop, Y. O. Voloshin – Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi*, 2021. – р. 280–284.
5. Делюрман Т. Кохання під час війни: історія херсонки, яка вчиться жити наново у Кропивницькому. *Гречка*. 2023. 07 жовтня. URL: <https://gre4ka.info/statti/75871-kokhannia-pid-chas-viiny-istoriia-khersonkyiaka-vchytisia-zhytu-nanovo-u-kropyvnytskomu/> (дата звернення 11.04.2024)
6. Денисенко Л. Нові старі люди. *TheUkrainians*. 2023. 18 вересня. URL: <https://theukrainians.org/novi-stari-liudy/> (дата звернення 11.04.2024)
7. Едж Кр. Як #писати і не лажати / пер. з англ. Ю. Максимейко. Харків. Vivat. 2020. 160 с.
8. Зінссер В. Як писати добре. Класичний посібник зі створення художніх текстів. Київ. Наш формат. 2022. 288 с.
9. Золотковська Т. Писати як дихати. 62 дні творчої свободи. Чернівці. Книги – XXI. 2021. 304 с.
10. Кемпбелл Дж. Тисячолікий герой. Львів. Terra Incognita. 2020. Пер. з англ. О. Мокровольського. 416 с.
11. Коціра Х., Павлов Д. Батькові прапори. Історія однієї з родин, на яких стоїть Україна. *Reporters*. 2023. 22 серпня. URL: <https://reporters.media/batkovi-prapory/> (дата звернення 11.04.2024)
12. Ламотт Е. Пташка за пташкою: Порадник з письменництва та життя загалом / Пер. з англ. В. Хасхачик. Львів. Апріорі. 2018. 264 с.
13. Лівін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. Київ. Наш формат. 2020. 184 с.
14. Пиши сильно: практичні вправи, поради, теорія / упоряд. Litosvita. Київ. Пабулум. 2017. 240 с.

15. П'ятецька О. В. Сторітелінг як поліфункціональний інструмент сучасної комунікації: мовностилістичні особливості. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2019. Вип. 39. С. 106–121. URL: <https://apultr.knu.ua/index.php/APULTR/article/view/73/68> (дата звернення 04.04.2024).
16. Смагіна А. Поєднати традиції та сучасність: як на Чернігівщині відновлюють школу-мазанку. *Рубрика*. 2023.18 вересня. URL: <https://rubryka.com/article/shkola-mazanka-na-chernigivshhyni/> (дата звернення 04.04.2024)
17. Сторр В. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших / пер. з англ. Марта Госовська. Київ. Наш Формат. 2024. 224 с.
18. Стукало О. «Життя існує і під час хімії, і після неї»: три історії жінок, які отримали діагноз «рак молочної залози» і домоглися якісного лікування. *Рубрика*. 2023. 12 жовтня. URL: <https://rubryka.com/article/peremagayut-rak-molochnoyi-zalozy/> (дата звернення 04.04.2024)
19. Теми. Люди. Історії. Антипосібник для журналістів. Київ. ОБСЄ. 2018. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/8/9/398039.pdf> (дата звернення 10.04.2024).
20. Харитоненко О. І. Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітекτονіки в журналістиці : зміст, різновиди, сучасні інтерпретації. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф.* (25 жовт. 2018 р.) / [наук. ред. В. М. Каленич]. Вінниця, 2018. С. 243–249.
21. Холл К. Сторітелінг, який не залишає байдужим / пер. з англ. О. Олійник. Київ. Yakabbo Publishing. 2020. 240 с.
22. Simmons A. *The Story Factor: Inspiration, Influence, and Persuasion through the Art of Storytelling*. New York. Basic Books. 2012.

Fenko N. M., Hunderuk O. O. CREATIVE WRITING TOOLS IN MEDIA STORYTELLING

The article explores the creative side of media storytelling. The article examines specific tools that are effective in attracting attention and creating meaningful and influential materials. It emphasises the need to develop creative thinking in journalism and provides practical advice on how to use storytelling for effective communication with the audience.

The analysis of the latest research in the field of media storytelling demonstrates the demand for studying its creative tools. The object of the study is publications from the all-Ukrainian online editions “Rubryka”, “Reporters”, “The Ukrainians” and the Kropyvnytskyi online edition “Hrechka”.

The article analyses journalistic materials in the context of creative writing and storytelling. The author argues that the art of storytelling is what makes media texts so attractive to readers who want not only to hear people’s stories, but also to empathise and be inspired by them. Creative writing helps not only to convey facts, but also to explain their meaning in context, transforming knowledge into easy-to-understand and emotionally charged messages.

It is proved that descriptions, details, dialogues, etc. can be considered as creative writing tools in media storytelling. All these narrative hooks make the story lively and attractive to the reader. Such tools form important accents in each story, namely: place and time, turning points, dialogues and direct quotes, details, emotions, wisdom, etc.

It is important for a story to be written in a living text. Speaking through dialogues and direct speech of the characters, being memorable with vivid details, and using simple words and sentences are the key elements of a living story. Journalists can use the personal stories of their characters to help their audience understand the causes and consequences of social problems; illustrate complex processes; show context and obstacles, daily experiences and feelings.

Creative writing tools help to create interesting and emotionally charged materials. They are essential in the work of journalists working in the field of feature reporting.

Key words: storytelling, media storytelling, creative writing, creative writing tools, media text.