

**Образец ссылки на эту статью:** Толкачев А.Н., Оришев А.Б. Сторителлинг как инструмент повышения активности работы студентов на учебных занятиях // Бизнес и дизайн ревю. 2022. № 2 (26). С. 140-149.

## **СТОРИТЕЛЛИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ АКТИВНОСТИ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЯХ**

**УДК 378.147**

**Толкачев Андрей Николаевич**

*АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», Москва, Россия (129090, Москва, Протопоповский переулок, 9), кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, 9757417@gmail.com, +7-915-123-07-63*

**Оришев Александр Борисович**

*АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», Москва, Россия (129090, Москва, Протопоповский переулок, 9), доктор исторических наук, Orishev71@mail.ru, +7-926-677-1860*

**Аннотация.** В статье поднимается важная для современной педагогики тема применения нетрадиционных образовательных инструментов вовлечения студентов в процесс обучения на занятиях по гуманитарным дисциплинам, одним из которых является сторителлинг. Ее актуальность во многом объясняется резко возросшей популярностью данной методики и тем, что существуют прямо противоположные точки зрения в отношении эффективности сторителлинга. Цель исследования – определить факторы, способствующие решению этой проблемы. Задачи исследования – дать анализ научной литературы, выявить лакуны в изучении данной темы; показать взаимосвязь потребности внедрения новых способов обучения с требованиями Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования и ментальностью поколения Z – современных потребителей образовательных услуг в российской высшей школе. В качестве методов исследования были использованы наблюдение, контент-анализ и эксперимент. Объект исследования – преподавание дисциплин по рекламе и связям с общественностью, предмет исследования – проблемы, возникающие в процессе преподавания данных дисциплин в аграрном вузе. Главный научный результат: доказано, что включение в план занятий с применением сторителлинга – это не просто содержательное обогащение преподаваемого материала, а интенсивное изменение всего формата проведения занятий, новый вызов для действующего профессорско-преподавательского состава, требующий привлечение в образование молодых кадров, нацеленных на поиски новых способов и форм преподавания учебных дисциплин. Новизна работы заключается в том, что авторы одними из первых в преподавании учебных дисциплин для специальности «Реклама и связи с общественностью» подняли проблемы, возникающие в процессе преподавания в аграрном вузе в условиях угрозы снижения мотивации на учебу у студентов и на внедрение инноваций у преподавателей.

Ключевые слова: сторителлинг; преподавание дисциплин; учебное занятие; центениалы; работа со студентами; реклама и связи с общественностью; коммуникация.

# STORYTELLING AS A COMMUNICATION TOOL IN UNIVERSITY EDUCATION

**Tolkachev Andrey Nikolaevich**

*Institute of Business and Design (B&D), Moscow, Russia (Russia, 129090, Moscow Protopopovskiy lane, 9), candidate of Legal Sciences, associate Professor of management and marketing Department, 9757417@gmail.com, +7-915-123-07-63*

**Orishev Aleksandr Borisovich**

*Institute of Business and Design (B&D), Moscow, Russia (129090, Moscow Protopopovskiy Lane, 9), doctor of historical Sciences, Orishev71@mail.ru, +7-926-677-1860*

**Abstract.** The article raises an important topic for modern pedagogy, the use of non-traditional educational tools to involve students in the learning process in the classroom in the humanities, one of which is storytelling. Its relevance is largely due to the sharply increased popularity of this technique and the fact that there are directly opposite points of view regarding the effectiveness of storytelling. The purpose of the study is to identify factors that contribute to solving this problem. The objectives of the study are to provide an analysis of the scientific literature, to identify gaps in the study of this topic; to show the relationship between the need to introduce new ways of learning with the requirements of the Federal State Educational Standards for Higher Education and the mentality of generation Z - modern consumers of educational services in Russian higher education. Observation, content analysis and experiment were used as research methods. The object of the research is the teaching of disciplines in advertising and public relations, the subject of the research is the problems that arise in the process of teaching these disciplines in an agricultural university. The main scientific result: it is proved that the inclusion in the lesson plan using storytelling is not just a meaningful enrichment of the taught material, but an intensive change in the entire format of conducting classes, a new challenge for the current teaching staff, requiring the involvement of young personnel in education aimed at finding new ways and forms of teaching academic disciplines. The novelty of the work lies in the fact that the authors were among the first in teaching academic disciplines for the specialty "Advertising and Public Relations" to raise the problems that arise in the process of teaching at an agricultural university in the face of a threat to reduce the motivation to study among students and to introduce innovations among teachers.

Keywords: storytelling; teaching disciplines; training session; centennials; work with students; advertising and public relations; communication.

## **Введение**

Актуальность темы обусловлена тем, что обучение современных студентов, относящихся к категории так называемых «центениалов», требует новых подходов и оригинальных решений. Одной из таких методик является сторителлинг вообще — «рассказывание историй». Ее популярность растет с каждым днем, однако до сих пор нет единого понимания сторителлинга. В современном педагогическом сообществе возникли прямо противоположные мнения на данную методику: от абсолютного неприятия до явно завышенных

ожиданий. Актуальность исследования также недостаточной изученностью использования данного метода в обучении студентов гуманитарных направлений подготовки, в частности, студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Внедрение новых приемов общения на занятиях в системе высшего образования – процесс, который уже получил отражение в научной литературе. сторителлингу и его развитию в цифровом обществе посвящены работы зарубежных ученых [1, pp. 505-510; 2, 179-186; 3, pp.184-190; 4, pp. 15-19; 5, p. 43-47]. В России в последние годы эта тема отражена в не меньшей степени, чем за рубежом [6, с. 94-98; 7, с. 50-52; 8, с. 20-28; 9, с. 61-68; 10, с. 62-64].

**Цель исследования:** определить факторы, способствующие решению проблемы применения нетрадиционных образовательных инструментов вовлечения студентов в процесс обучения на занятиях по гуманитарным дисциплинам, одним из которых является сторителлинг.

### **Методы исследования**

В качестве методов исследования использовались наблюдение, контент-анализ и эксперимент.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Переход на широкое использование сторителлинга на учебных занятиях при изучении гуманитарных дисциплин актуален, прежде всего, в связи с введением новых Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования, где сформулированы требования к компетенциям. Ситуацию усугубляет тот факт, что количество выделяемых академических часов на изучение дисциплины осталось прежним. Решение в данной ситуации – обсуждение тем на занятиях с включением сторителлинга, и чтение материала дома.

Отметим реальное изменение состава обучающихся, заметим, что современные потребители образовательных услуг – это поколение Z – люди, родившиеся в 2003 г. и последующие годы. Данную категорию учащихся отличает гиперактивность и неприятие традиционных лекций. Однообразная подача учебного материала ими не воспринимается. Для того чтобы заинтересовать данную аудиторию, необходим интерактив с интенсивным обсуждением материала, преподнесенного во время сторителлинга. Тем более что современные студенты потеряли возможность воспринимать и анализировать большие тексты. Поэтому технология сторителлинга позволит преподавателю представлять сведения в виде кратких поучительных историй, включающих опыт в наглядном виде, используя простой

неформальный язык и не допуская при этом крайностей редуцирования материала.

Рассмотрим проблему интеграции рассказа преподавателя по теме в структуру занятия. Безусловно, у преподавателей высшей школы уже есть некоторый опыт: практически повсеместно используются примеры для иллюстрирования преподаваемого материала.

Но обратим внимание на уточнение А. Симмонса. Ученый замечает, что преподаватели явно недооценивают значение и функции примера, несмотря на его нравоучительный характер, наличие героев и событий, а потому пример зачастую нелогичен, не имеет четкой структуры: больше несет эмоциональный эффект, но никак не инструменты, необходимые для построения коммуникации и студенты его не связывают с темой занятия [11, p. 51].

Как выясняется, главная проблема интегрировать историю в структуру учебного занятия, соединить ее с целями семинара, чтобы она не выпадала из контекста и из ритма мышления студентов. Современный французский философ и педагог Оскар Бренифье считает, что «на семинарах необходимо задавать ритм мышления» [12, с. 218-223].

Еще один важный момент, в какой последовательности необходимо преподносить материал. Как показывает практика: рассказ истории должен опережать факты и идеи, которые касаются этой истории. Студенты сами должны воодушевиться рассказанным случаем, задать вопросы, сделать выводы, и принять участие в дискуссии. В этом случае искажения фактов и «подгонка» доказательств не произойдут.

Абсолютное большинство российских авторов говорят о необходимости повышения активности взаимодействия на учебных занятиях. О том как развивается дискуссия после изложения истории и обсуждения фактов достаточно тщательно проанализировал М.В. Кларин [13].

Еще один вариант развития темы – это игровое моделирование реальной проблемной ситуации.

Последовательность выстраивается следующая: 1) тема; 2) история; 3) факты; 4) обсуждение; 5) аффирмация (краткая фраза самовнушения, создающая правильный психологический настрой; 6) задание для самостоятельной работы.

В этом смысле заслуживает внимания эксперимент известного ученого Бет Роговски из Блумберского университета. Трех группам испытуемых была представлена книга Лоры Хилленбранд «Несломленный. История выживания, стойкости и искупления» (2016). Реальная история о том, как в 1943 г. самолет терпит крушение и падает в воду. И начинается в прямом смысле слова одиссея (которая не снилась самому Одиссею) для трех выживших членов экипажа, с ненадежными спасательными плотами, акулами, штормами, и прочим набором «сюрпризов» Тихого океана.

Три группы испытуемых были захвачены сюжетом. Одни участники слушали, вторые – читали электронную книгу: а третьи - совмещали

слушание и чтение. Результат оказался сенсационным. Существенных различий в понимании преподнесенного материала между этими группами не выявлено. Оказалось, нельзя утверждать, что один способ чтения лучше второго – человек просто мобилизует свои усилия для решения задачи в тех условиях, которые ему предоставлены.

Важный аспект – это тематика самих историй. Темы должны вызывать нужные ассоциации, их надо сформулировать так, чтобы историями стали небольшие жизненные рассказы, новости, метафоры, притчи, басни, анекдоты и даже просто фразы, содержащие информацию и мотивирующие людей к совершению конкретных поступков и действий, достижению конкретных результатов и целей. По итогам занятия перед студентами можно поставить задачу репродуктивного уровня, позволяющую оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины. Этому будет способствовать тот образ, который был заложен в представленной преподавателем теме. Готовность студента к занятию включает комплекс факторов (рисунок 1), которые можно представить в виде схемы.



Рисунок 1 – Комплекс факторов готовности к занятию (составлено авторами)

**1. Видение занятия.** Для подготовки занятия, включающего сторителлинг, применим философский подход, назовем его «Быть или не быть». Для этого ответим на вопрос: «Зачем мне это нужно?» С ответом спешить не стоит. Лучше применить из нашей практики трехшаговую инструкцию.

Шаг 1. По окружности листа составляем три значения, которые пришли в голову.

Шаг 2. Взвешиваем их с точки зрения того, насколько они могут нас заинтересовать.

Шаг 3. Теперь одному из смыслов дадим философское обоснование и выберем один ответ из трех.

**2. «Дерево целей».** Аллан Пиз утверждает, что нацеленность людей на результат позволяет поднять их мотивацию за счет более четкого определения целей сторителлинга, ибо студенты смогут рассмотреть препятствия на их пути решения задачи и выработать способы их преодоления Пиз А. [14, с. 90-92].

У нас появилось видение. На его основе разрабатываются цели. Не нужно ограничиваться монополией одной цели, самое перспективное - посадить «дерево целей», затем поливать, закапывать корни, побелить ствол от вредных насекомых, спилить засохшие ветки и наконец, сорвать плоды. Чем больше на «дереве» размещено целей – тем меньше риски для преподавателя. Когда однажды в практической деятельности мастер-класс по креативным технологиям в рекламе, приготовленный для менеджеров, понравился дизайнерам, и при этом, был отвергнут менеджерами – преподаватели, подготовившие его, поняли, что именно так и следовало его тестировать. Нам нужно видеть перед собой три осязаемых цели, и тогда в результате ни один план не провалится. Больше целей - больше шансов на результат, потому что цели приводят к эффектам. Больше эффектов – меньше рисков! Но если поставим много целей заранее – то окажемся тем штангистом, который пытается поднять снаряд с большим весом, не сообразуясь со своими возможностями.

Для выбора достижимых целей можно рекомендовать креативный способ «Дерево комплиментарности целей», состоящий из двух шагов:

Шаг 1. В первом столбце таблицы №1 выберем 3-4 цели, которых достигнем на занятии. Шаг 2. В третьем столбце перечислим их номера в той последовательности, как они будут реализованы. Помним, что «комплиментарность» — это связь элементов, где достижение одной цели приводит к другой. Выбор каждой цели желательно осуществить согласно ее влиянию на следующую цель.

Таблица 1 – «Дерево комплиментарности целей» на занятии

Цель	Вариант комплиментарности целей («Дерево целей»)
Вовлечь в тему обсуждения	Преподаватель сам выстраивает из 10 целей необходимую цепочку
Передать нужную информацию	
Сохранить интригу в сюжете истории	
Найти взаимопонимание	
Обсудить тему	
Протестировать идею и обнаружить разные мнения о ней	
Связать историю с проблемами участников семинара	
Вызвать эмоциональный резонанс	
Мотивировать на дискуссию	
Вдохновить на выполнение домашнего задания	

Представим дерево, где первая цель (корни) скорее будет эмоциональной, посвященной созданию атмосферы в кабинете. Взаимоотношения преподавателя и аудитории имеют иррациональную основу – установление эмоциональной связи снимает препятствия, стоящие на пути к реализации последующих задач. Вторая цель (ствол), например, обсуждение. Третья цель (ветви) – мотивирование на дискуссию. Четвертая цель (листья) – установка на домашнее задание.

Соединим свои цели линиями между собой. Это значит, мы подтверждаем связь между ними. У нас появилась целевая установка на занятие. Назовем ее «Дерево комплиментарности целей» (см. таблицу 1).

Выработка достижимых целей занятия стимулирует наше желание выступить и упорядочивает план занятия преподавателя.

### **3. Структура истории для изложения на учебном занятии.**

Структура истории в сторителлинге представляет собой завязку, кульминацию и развязку. Например, на занятии нам необходимо показать, как неожиданные препятствия становятся большими трамплинами для сближения людей по интересам. Приведем краткий пример рассказа педагога на занятии одной истории. Рассказчик сообщает, что однажды попал в экстрим-парк со сломанным пальцем руки. Это привлекло внимание завсегдатаев парка: они подошли знакомиться и поделились своими историями травм и переломов. Так все участники истории познакомились, дали друг другу ценные советы, а потом подружились, стали проводить вместе досуг. Но рассказчик осмысливает этот случай и приходит к выводу, что люди были с ним более откровенны, чем обычно и многие стороны жизни экстрим-парка и его посетителей раскрылись с неожиданной стороны.

### **Выводы**

Осваивание преподавателями сторителлинга связано с повышением культуры преподавания. Это не столь быстрый процесс, но он приходит на смену формальной подаче материала. Как свидетельствует опыт преподавания, он становится насущной потребностью современной системы высшего образования.

Говоря о теоретической значимости проведенного нами исследования, можно обнаружить тенденцию развития вопроса с точки зрения психологии и культуры речи. Научные споры, которые ведутся, связаны со столкновением мнений о преподавании с примерами и о преподавании в технологии сторителлинга, а также о преподавании через электронные средства и непосредственно на занятиях. Дальнейшие исследования должны показать каков баланс между этими способами.

Практическая значимость исследования заключается в том, что сформулированные суждения, сделанные выводы и рекомендации позволят

вывести преподавание гуманитарных дисциплин на качественно новый уровень и будут содействовать решению обозначенных в статье проблем.

Сторителлинг, таким образом, можно применять на занятиях со студентами для реализации следующих целей: вовлеченности в изучение темы, формирования знаний, повышения активности, роста доверия к преподавателю со стороны аудитории, установления эмоциональной связи между участниками коммуникационного процесса, мотивации на выполнение заданий, обретения навыков выступления и ведения дискуссии.

Отвергая радикальные точки зрения на сторителлинг, авторы настоящего исследования исходят из гипотезы, что данная методика служит эффективным средством повышения мотивации студентов, а также и преподавателей, которые обретают удовлетворенность своим трудом при росте навыков применения сторителлинга как инструмента массовых коммуникаций.

Таким образом в результате проведенного исследования, мы обосновали актуальность сторителлинга как метода в современном образовательном процессе. Необходимость использования данного метода, несомненно, будет способствовать повышению мотивации к изучению темы занятия, снизит формализацию в общении преподавателя со студентами, усилит желание выполнять задания, будет способствовать обнаружению причинно-следственных связей теоретической основы темы с практическими аспектами, а также усилит понимание студентами значимости своей профессии. Практическая значимость связана с тем, что необходимо указанную в статье структуру подачи материала применить на практике и сделать описание результатов. Научные разработки могут касаться способов проверки уровней мотивации студентов после данных занятий.

### Список литературы

1. Lewis P.J. Storytelling as Research // *Qualitative Inquiry*. 2011. Vol. 17. № 6. pp. 505-510.
2. Baldwin S., Ching Y.H. Interactive Storytelling: Opportunities for Online Course Design // *Techtrends*. 2017. Vol. 61. № 2. pp. 179-186.
3. Bunkers S.S., Flinn E. et al Knitig K. Storytelling and the Humanbecoming Family Model // *Nursing Science Quarterly*. 2022. Vol. 35. № 2, pp.184-190. DOI 10.1177/08943184211070594
4. McDowell K. Storytelling: Practice and process as non-textual pedagogy // *Education for Information*. 2018. Vol. 34. № 1. pp. 15-19. DOI10.3233/EFI-189003
5. Taylor K.T. Innovators Must Be Powerful Storytellers Companies need to empower their innovators in the art and science of storytelling // *Research-technology Management*. 2021. Vol. 64. № 3. pp. 43-47. DOI10.1080/08956308.2021.1893057
6. Валеева Е.В. Образовательный сторителлинг на уроке литературы и русского языка // *Школьные технологии*. 2020. № 4. С. 94-98.
7. Полякова Р.И. Сторителлинг как эффективный метод обучения русскому языку как иностранному // *Педагогические науки*. 2019. № 6 (99). С. 50-52.

8. Полунина Л.Н. Сторителлинг как маркер социализации в процессе обучения иностранному языку // Вестник Белгородского института развития образования. 2020. Т. 7. № 3 (17). С. 20-28.

9. Жернов Е.Е., Кочергин Д.Г. Сторителлинг в преподавании экономических дисциплин: антропное дополнение к цифровизации // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2021. № 1 (41). С. 61-68.

10. Криволапова А.А. Цифровой сторителлинг как инструмент для проектирования цифровых образовательных курсов // Управление качеством образования: теория и практика эффективного администрирования. 2021. № 8. С. 62-64.

11. Симмонс А. Сторителлинг. Как использовать силу историй. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2013. 270 с.

12. Бренифье О. Оскар Бренифье: «На семинарах необходимо задавать ритм мышления» // Event-маркетинг. 2013. № 3. С. 218–223.

13. Пиз А. «Самая важная цель любой встречи — «продать» самого себя» // Event-маркетинг. 2014. № 2. С. 90–92.

### References

1. Lewis P.J. Storytelling as Research, *Qualitative Inquiry*, 2011, Vol. 17, no 6, pp. 505-510.

2. Baldwin S., Ching Y.H. Interactive Storytelling: Opportunities for Online Course Design, *Techtrends*, 2017, Vol. 61, no 2, pp. 179-186.

3. Bunkers S.S., Flinn E. et al Knitig K. Storytelling and the Humanbecoming Family Model, *Nursing Science Quarterly*, 2022, Vol. 35, no 2, pp.184-190. DOI 10.1177/08943184211070594

4. McDowell K. Storytelling: Practice and process as non-textual pedagogy, *Education for Information*, 2018, Vol. 34, no 1, pp. 15-19. DOI10.3233/EFI-189003

5. Taylor K.T. Innovators Must Be Powerful Storytellers Companies need to empower their innovators in the art and science of storytelling, *Research-technology Management*, 2021, Vol. 64, no 3. pp. 43-47. DOI10.1080/08956308.2021.1893057

6. Valeeva E.V. Obrazovatelnyi storitelling na uroke literatury i russkogo iazyka (Educational storytelling at the lesson of literature and the Russian language), *Shkolnye tekhnologii*, 2020, no 4, pp. 94-98.

7. Poliakova R.I. Storitelling kak effektivnyi metod obucheniia russkomu iazyku kak inostrannomu (Storytelling as an effective method of teaching Russian as a foreign language), *Pedagogicheskie nauki*, 2019, no 6 (99), pp. 50-52.

8. Polunina L.N. Storitelling kak marker sotsializatsii v protsesse obucheniia inostrannomu iazyku (Storytelling as a marker of socialization in the process of teaching a foreign language), *Vestnik Belgorodskogo instituta razvitiia obrazovaniia*, 2020, Vol. 7, no 3, (17), pp. 20-28.

9. Zhernov E.E., Kochergin D.G. Storitelling v prepodavanii ekonomicheskikh distsiplin: antropnoe dopolnenie k tsifrovizatsii (Storytelling in teaching economic disciplines: an anthropic addition to digitalization), *Professionalnoe obrazovanie v Rossii i za rubezhom*, 2021, no 1 (41), pp. 61-68.

10. Krivolapova A.A. Tsifrovoy storitelling kak instrument dlia proektirovaniia tsifrovyykh obrazovatelnykh kursov (Digital storytelling as a tool for designing digital educational courses /), *Upravlenie kachestvom obrazovaniia: teoriia i praktika effektivnogo administrirovaniia*, 2021, no 8, pp. 62-64.

11. Simmons A. Storitelling. Kak ispolzovat silu istorii (How to use the power of stories). М.: Mann, Ivanov i Ferber; 2013. 270 p.

12. Brenife O. Oskar Brenife: «Na seminarakh neobkhodimo zadavat ritm myshleniia» (“It is necessary to set the rhythm of thinking at seminars”), *Event-marketing*, 2013, no 3, pp. 218–223.

13. Piz A. «Samaia vazhnaia tsel liuboi vstrechi — «prodat» samogo sebia» (The most important goal of any meeting is to “sell”), *Event-marketing*, 2014, no 2, pp. 90–92.

Работа поступила в редакцию: 18.04.2022 г.