**Сандық әңгімелесу пәні бойынша дәрістер**

**1-дәріс. Сандық әңгімелесуге кіріспе**

Сандық әңгімелесу (Digital Storytelling) – заманауи коммуникацияның ең маңызды бағыттарының бірі. Бұл дәстүрлі әңгімелеуді мультимедиа құралдарымен (мәтін, сурет, видео, музыка, анимация) біріктіретін әдіс. Сандық әңгімелеудің басты мақсаты – аудиторияға ақпаратты әсерлі әрі есте қаларлық түрде жеткізу.  
Storytelling бүгінгі таңда кино, телехикая, жарнама, журналистика, білім беру саласында кең қолданылады. Оның артықшылығы – ақпаратты құрғақ баяндау емес, адамды эмоционалды тұрғыдан баурап алуында.  
**Қорытынды:** Сандық әңгімелесу – XXI ғасырдағы ең ықпалды коммуникациялық құрал.

**2-дәріс. Сандық әңгімелесудің тарихы мен дамуы**

Әңгімелеу тарихы ежелгі дәуірлерден бастау алады: миф, ертегі, эпос – storytelling-тің алғашқы түрлері. ХХ ғасырда кино мен теледидардың дамуы әңгімелеуді визуалды деңгейге көтерді. ХХІ ғасырда интернет пен әлеуметтік медианың арқасында storytelling жаңа сандық форматқа көшті.  
Әлемде Digital Storytelling орталықтары (мысалы, StoryCenter, АҚШ) құрылды. Қазақстанда бұл бағыт жарнама мен медиа жобалар арқылы дамуда.  
**Қорытынды:** Storytelling тарихы – қоғам дамуының айнасы. Бүгін ол сандық технологиялармен тығыз байланысты.

**3-дәріс. Әңгімелеудің негізгі элементтері**

Әрбір әңгіме белгілі құрылымға сүйенеді: экспозиция (оқиғаның басталуы), шиеленіс, кульминация, шешім. Сондай-ақ кейіпкерлер, уақыт, кеңістік пен оқиғаның идеясы storytelling негізін құрайды.  
Эмоция – storytelling-тің жүрегі. Тыңдаушы немесе көрермен кейіпкердің сезімін бөлісу арқылы оқиғаға беріледі.  
**Қорытынды:** Storytelling элементтерін дұрыс қолдану – сәтті жобаның кепілі.

**4-дәріс. Сюжет пен композиция**

Сюжет – оқиғаның даму желісі. Композиция – осы сюжетті құрастырудың тәсілдері. Әдетте, үш актілік құрылым кең қолданылады: кіріспе, даму, қорытынды.  
Жақсы сюжет көрерменді басынан соңына дейін ұстап тұрады. Композиция логикалық бірізділікті сақтай отырып, кейіпкердің өзгеру жолын көрсетеді.  
**Қорытынды:** Сюжет пен композиция storytelling сапасын анықтайтын негізгі фактор.

**5-дәріс. Кейіпкер және эмоциялық әсер**

Кез келген әңгіме – кейіпкер арқылы көрінеді. Кейіпкердің мақсаты, қақтығысы, мінезі – оқиға желісін алға жылжытады.  
Эмоциялық әсер аудиторияны тарту үшін қажет. Әрбір кейіпкер белгілі бір сезім оятады: үміт, қуаныш, қайғы немесе қорқыныш.  
**Қорытынды:** Жақсы кейіпкер – аудитория жүрегіне жол табатын көпір.

**6-дәріс. Дыбыстың рөлі (музыка, дыбыстық эффектілер, дикторлық мәтін)**

Дыбыс storytelling-те атмосфера құруға көмектеседі. Музыка – эмоцияны күшейтеді, дыбыстық эффектілер – шынайылық береді, ал дикторлық мәтін – оқиғаны баяндауды жеңілдетеді.  
Көрермен көбіне бейнеден гөрі дыбысты терең қабылдайды. Сондықтан дұрыс таңдалған музыкалық фон storytelling әсерін арттырады.  
**Қорытынды:** Дыбыс – сандық әңгімелеудің ажырамас бөлігі.

**7-дәріс. Бейнелеу құралдары: фото және видео**

Фото мен видео – storytelling-тің негізгі визуалды тілі. Фото – бір сәтті мәңгі есте қалдырушы құрал, ал видео – оқиғаны қозғалыс арқылы жеткізеді.  
Фото-story және қысқа видеолар бүгінгі әлеуметтік медиада storytelling-тің ең танымал формаларына айналды.  
**Қорытынды:** Визуалды құралдар ақпаратты сөзден де әсерлі жеткізе алады.

**8-дәріс. Графика және анимация мүмкіндіктері**

Графика – деректерді визуализациялау, ал анимация – оқиғаға динамика қосу құралы. 2D және 3D анимациялар жарнамада, білім беруде және кино өндірісінде кең қолданылады.  
Анимация storytelling-ті қызықты әрі есте қаларлық етеді.  
**Қорытынды:** Графика мен анимация – заманауи storytelling-тің шығармашылық мүмкіндіктерін кеңейтеді.

**9-дәріс. Әңгіме құрастырудағы монтаждың рөлі**

Монтаж – storytelling-тің жүрегі. Ол кадрларды біріктіріп, логикалық байланыс орнатады.  
Тікелей монтаж (ретімен), параллель монтаж (екі оқиғаны қатар көрсету), ассоциативті монтаж (символикалық байланыстар) – storytelling сапасын арттыратын тәсілдер.  
**Қорытынды:** Монтаж оқиғаның мағынасын құрастыратын негізгі құрал.

**10-дәріс. Әлеуметтік медиа және storytelling**

Instagram, TikTok, YouTube сияқты платформалар storytelling-тің басты алаңына айналды. Қысқа бейнелер, сториз, влогтар – бәрі де storytelling құралдары.  
Әлеуметтік медиа storytelling-ті интерактивті етіп, аудиториямен тікелей байланыс орнатады.  
**Қорытынды:** Әлеуметтік медиа – storytelling-тің жаңа дәуірін бастады.

**11-дәріс. Журналистикадағы сандық әңгімелеу**

Журналистикада storytelling деректерді эмоционалды әрі әсерлі жеткізуге мүмкіндік береді. Multimedia longread, деректі фильм, подкаст – журналистиканың жаңа форматы.  
Қарапайым жаңалықтан гөрі storytelling аудиторияға әлдеқайда тиімді әсер етеді.  
**Қорытынды:** Storytelling – заманауи журналистиканың жаңа стилі.

**12-дәріс. Жарнама мен маркетингтегі storytelling**

Брендтер өз өнімдерін оқиға арқылы насихаттайды. Мысалы, Coca-Cola, Apple жарнамалары – storytelling үлгісі.  
Маркетингтегі storytelling тұтынушы мен бренд арасында эмоционалды байланыс орнатады.  
**Қорытынды:** Жарнамадағы storytelling – сендірудің ең мықты тәсілі.

**13-дәріс. Оқу процесіндегі storytelling әдістері**

Білім беруде storytelling студенттердің қызығушылығын арттырады. Әңгіме арқылы күрделі тақырыпты түсіндіру жеңілдейді.  
Мысалы, тарих пәнін оқытқанда тарихи кейіпкер атынан баяндау – әсерлі әдіс.  
**Қорытынды:** Storytelling – тиімді педагогикалық құрал.

**14-дәріс. Сандық әңгіме жобасын жоспарлау**

Жоба жоспарлау кезеңдері: идея таңдау, мақсат қою, аудиторияны анықтау, сценарий жазу, техникалық құралдарды таңдау, монтаждау.  
Жақсы жоба үшін жоспарлау – табыстың кілті.  
**Қорытынды:** Storytelling жобасы алдын ала нақты жоспарлауды қажет етеді.

**15-дәріс. Қорытынды дәріс: студенттік жобаларды талдау**

Бұл сабақта студенттер өз storytelling жобаларын ұсынады. Әрбір жоба мазмұны, құрылымы, визуалды және дыбыстық сапасы бойынша талданады.  
Қорытынды дәріс студенттерге өз жұмыстарын бағалауға және тәжірибеден сабақ алуға мүмкіндік береді.  
**Қорытынды:** Storytelling тек теория емес, практикалық шығармашылық тәжірибе.