

ТРАНСМЕДІЙНИЙ СТОРІТЕЛІНГ ЯК СИНЕРГІЯ ЖАНРІВ, ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ ТА МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПЛАТФОРМ

Сергій Азеєв,

старший викладач кафедри нових медіа та медіадизайну
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
e-mail: s.azeev@ukr.net

У статті зацентовано на ключових моментах розвитку явища трансмедійного сторітелінгу на теренах сучасного медіапростору. Сформульовано передумови виникнення новітніх технологій передавання інформації в журналістиці. Виявлено особливості функціонування трансмедійних історій у вітчизняних медіа. Зокрема, вказано на жанрові форми та різновиди цифрового контенту, які превалюють у створенні українського крос-медійного продукту. Саме їхня дифузія дозволяє виділити трансмедійний сторітелінг як унікальну медійну формацію, що виникає при цьому завдяки синергетичному ефектові, отриманому поєднанням крос-медійних складників. Відображено рівень зацікавленості вищезазначеними питаннями вітчизняних та зарубіжних дослідників.

Ключові слова: трансмедійний сторітелінг, крос-медіа, мультимедіа, цифровий контент, лонгрід, конвергенція, синергія.

Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими й практичними завданнями.

На зламі XX та XXI століть постало визначне явище в галузі інформації, пов'язане як із способами її кодування, генерування та обробки, так і з можливостями передачі інформаційного контенту, обміну ним користувачами. Це явище представлене кількома формами, що протягом двох останніх десятиріч визначали стрімкий перехід від індустріального до інформаційного суспільства: мультимедіа, крос-

медіа, трансмедіа. Такі процеси відображають поступове щорічне нашарування медійних складників, пов'язаних із засобами та способами генерування, редагування, транслявання та передачі інформації. Вони супроводжуються прогресивними змінами виняткової ваги в медійній галузі, створюють передумови для тотальної невідворотної трансформації всієї галузі журналістики й тому справедливо приваблюють увагу сучасних дослідників.

Особливу зацікавленість викликає сьогодні поняття трансмедійного сторітелінгу не тільки як результат конвергенції медіаформатів, але й як остаточне свідчення переходу від мас-медіа до інтерактивних мультимедіа, адаптованих до конкретного адресата та цілих мережевих спільнот. Цей перехід символізує прагнення журналістики до соціалізації, реалізації інтерактивного зв'язку зі своєю аудиторією. Саме тому для повнішого розкриття теми дослідження й звертаємося до явища трансмедійних історій.

Тема дослідження набуває особливої актуальності у зв'язку з надзвичайною зацікавленістю аудиторії мультимедійними історіями, пристосованими до сучасних мобільних гаджетів, що синтезують всі різновиди цифрового контенту.

Мета дослідження.

Дослідження має за мету проаналізувати найголовніші медійні складники, що створюють синергетичний ефект у сприйнятті трансмедійного сторітелінгу реципієнтами. Досягненню мети сприятиме висвітлення передумов виникнення цього явища та стан зацікавленості ним сучасних дослідників, вивчення найголовніших форм представлення такого сучасного інформаційного продукту на тлі потреб вітчизняної споживацької аудиторії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Увагу українських дослідників останніх років привертала як теоретичні засади існування конвергентних ЗМІ в цілому, так

і функціонування конкретних форм подачі такого продукту в сучасних медіа, зокрема, у вигляді лонгріда, мультимедійного тексту тощо. Так, трансформацію сучасної медіаіндустрії, основи крос-медійності вивчають Г. Синоруб [4], В. Шевченко [8]. Механізми створення мультимедійної історії науково обгрунтовано у працях Л. Василик [1; 2], Д. Тужанського [5]. Практичні поради щодо конструювання лонгрідів дають В. Пуля [3], І. Фанта [6] та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Існує багато передумов перетворення інформаційного середовища, але виділимо найістотніші, наслідки яких призвели не тільки до революційних змін інформаційної моделі світу, а й до реконструкції свідомості сучасних споживачів інформації.

По-перше, це завершення процесу цифровізації суспільства. Можливість цифрового кодування будь-якої інформації відкрила необмежені перспективи користування нею. Швидкий доступ до цифрового контенту, легкість його генерування та обробки зумовили виникнення великої кількості форм представлення, форматів, розширень, носіїв для запису й транспортування інформації.

Іншим важливим чинником є надзвичайно швидкий розвиток, розширення пропускну здатності інтернет-середовища. Можливість дуже швидко передавати інформаційний контент у величезних обсягах на майже необмежену відстань стала однією з першопричин трансформації сучасних технічних засобів ЗМІ.

У свою чергу, ці потужні фактори відіграли чималу роль у зародженні й розвитку конвергентної тенденції журналістики в цілому. Всеохопна комп'ютеризація, виникнення цілої низки пристроїв для оперування цифровою інформацією й для доступу до новітніх каналів зв'язку радикально змінили підхід до технологій отримання інформації членами соціуму та ставлення до такої оновленої форми її подачі.

Така ситуація спричинила зміну парадигми інформаційного обміну у світі: користувачі вже не можуть і категорично не хочуть отримувати інформацію в застарілому вигляді та бажають мати можливість впливати на неї, а відповідно, виробники й транслятори цієї інформації змушені навчитися генерувати й передавати її так, як того вимагають сучасні нагальні інформаційні потреби соціуму.

Оновлені потреби сучасного інформаційного середовища торкнулися безпосередньо способів та методів функціонування сучасних ЗМІ, вибудовуючи їх за принципами конвергенції, диджиталізації та керуючись найновішими тенденціями в журналістиці, а саме: крос-медійною та трансмедійною тенденціями. Одним із прикладів цього є мобільна журналістика як реакція ЗМІ на вимоги до виробництва та трансляції оновленого типу медіаконтенту. Це забезпечується не тільки використанням професійної знімальної, записувальної та трансляльної техніки, а й застосуванням у роботі високотехнологічних можливостей сучасних цифрових гаджетів (мобільних телефонів, планшетів та портативних пристроїв). Їхнє технічне та програмне оснащення (мобільні додатки) сьогодні цілком дозволяє згенерувати історію в досить «високих» форматах та опублікувати її, користуючись комунікаційними можливостями тих самих пристроїв.

Явище мультимедіа, продиктоване бумом перших років втілення «цифри» у вигляді перших загальнодоступних персональних комп'ютерів, сьогодні змінилося значно ширшим щодо змісту явищем крос-медійності. Гадаємо, саме з цього моменту починається визрівання унікального синергетичного ефекту, який значно посилюється з паралельним настанням епохи трансмедійного сторітелінгу. Якщо мультимедійні пристрої були синтезом, найімовірніше, технологічних платформ, пов'язаних із різними видами цифрового контенту (візуальним, аудіо- та відеоконтентом, інфографікою тощо), то крос-медіа передбачає, як зазначає професор Ральф Хольфельд (Пассау,

Німеччина), «філософію нової журналістики — розширення рамок традиційної комунікації через залучення ширшого кола споживачів інформації, які стають її співтворцями та зумовлюють ефект трансмедіа <...> передбачаючи активний зворотний зв'язок зі споживачем інформації, його співучасть у творенні медійного продукту» [7, 21].

Якщо говорити про специфіку сучасного цифрового контенту, то окремо відзначимо зростання ролі й важливість у сучасному крос-медійному ландшафті візуального складника відображення інформації й, відповідно, технічних засобів, що покликані забезпечувати його створення, обробку та транслявання. Адже візуалізація даних слугує посиленню ефекту від сприйняття історії, «поглиблює процес засвоєння трансльованих образів, пояснює складні дані у простий наочний спосіб, що обумовлено відмінностями у сприйнятті вербального, візуального та аудіального контенту» [8, 13]. Звернення до візуального контенту сьогодні передбачає не тільки постійне оновлення та вдосконалення техніки для якісної зйомки, оволодіння сучасним фаховим програмним забезпеченням, але й виникнення нових форматів та стандартів трансляції. Прикладом цього є завершення ери аналогового ефірного телебачення в телевізійному стандарті PAL, трансляція якого на теренах України припинилася 1 вересня 2018 року, і повний перехід на цифрове ефірне телебачення стандарту DVB-T (T2). Такий перехід передбачає виготовлення та трансляцію програм у форматі високої чіткості зображення High Definition, що має дві якості: Full HD (1920 × 1080 пікселів) та HD ready (1280 × 720 пікселів).

Крос-медійність регламентує перебудову структури журналістської редакції, виникнення нових журналістських професій, а також універсалізацію ролі журналіста. Відповідно до цього, особистість журналіста має сьогодні поєднувати в собі не тільки якості, що передбачають добре володіння «словом», знання принципів роботи журналіста та журналістських стандартів, але й вправність

у використанні практично всіх технічних засобів, програмного забезпечення та каналів зв'язку, що допомагають ЗМІ формувати, публікувати й транслювати інформаційне повідомлення.

Вміння журналіста за допомогою сучасної техніки та поєднання практично всіх видів медійного контенту розповісти історію (сторітелінг), яка виходить за межі відображення колишніх вузькоспеціалізованих галузей ЗМІ, — ось сучасне та майбутнє журналістської діяльності.

Трансмедійний сторітелінг презентує історію, «де головним аспектом є споживач контенту, а не сам контент» [4, 26], тобто визначальною є взаємодія між автором і споживачем інформації. А коли жанрове розмаїття наративу, посилене впливом видів цифрового контенту, виходить за межі власне розповіді та передається через різні канали комунікації для різних аудиторій, синергія такого поєднання досягає свого апогею. Як підкреслює Е. Еванс, «визначальною рисою трансмедіа є те, що такі проекти спеціально створені для декількох медіаплатформ таким чином, щоб різні тексти та їхня аудиторія були взаємопов'язані» [9, 42].

Висновки та перспективи дослідження.

Отже, сьогодні можемо констатувати втілення у вітчизняний медіаландшафт новітніх інформаційних тенденцій, продиктованих часом, що зумовлюють стосунки журналіста з отримувачем інформації за принципами взаємодії та інтерактивності. Модель інтегрованого медіаринку, спричинена вищеозначеними факторами, диктує новий якісний рівень мультимедійних платформ, що підлягає крос-медійній тенденції та провокує стрімкий темп розвитку технічного забезпечення роботи ЗМІ. Така модель спроможна дедалі посилювати синергію впливу трансмедійних історій на соціум, завдяки зростанню якості цифрового контенту, а також осучаснення рівня та кількості мультимедійних платформ.

Щоправда, спираючись на практику роботи в місцевих ЗМІ та з огляду на економічну ситуацію в українському медіапросторі, по-перше,

можна помітити порівняно невисокі темпи інтеграції на його теренах крос-медійних технологій; по-друге, спостерігається певна обмеженість представлення трансмедійного сторітелінгу лише окремими формами, такими, як, наприклад, різновиди лонгріду.

Література:

1. Василик Л. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 52. С. 297–300.
2. Василик Л. Трансмедійний сторітелінг: підручник із крос-медіа / вид. І. Крецу, М. Гузун, Л. Василик. Bonn, Germany — Sibiu, Romania : Schiller Publishing House, 2015. С 27–35.
3. Пуля В. Как создать мультимедийный лонгрид? *Журналист*. 2015. № 2. С. 44–45.
4. Синоруб Г. Трансформаційні процеси в сучасній медіаіндустрії як шлях до якісної журналістики. Крос-медіа: контент технології, перспективи : колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 23–32.
5. Тужанський Д. Як написати longread [відео]. URL: <http://journalism.ucu.edu.ua/program-highlights/3755/> (дата звернення: 04.03.2019).
6. Фанта І. Лонгріди можуть залучати на сайт такий самий трафік, як і топові новини. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_ilona_fanta/ (дата звернення: 04.12.2019).
7. Хольфельд Р. Що таке крос-медіа? : підручник із крос-медіа / вид. І. Крецу, М. Гузун, Л. Василик. Bonn, Germany — Sibiu, Romania : Schiller Publishing House, 2015. С. 21–23.
8. Шевченко В. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа. Крос-медіа: контент технології, перспективи : колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 8–17.
9. Evans E. Character, Audience Agency and Transmedia Storytelling. *Media, Culture & Society*. 2008. Vol. 30. №2. pp. 39–47.

Трансмедійний сторителлінг як синергія жанров, цифрового контенту і мультимедійних платформ

Сергей Азеев,

старший преподаватель кафедры новых медиа и медиадизайна
Одесского национального университета имени И. И. Мечникова
e-mail: s.azeev@ukr.net

В статье акцентируется на ключевых моментах развития явления трансмедийного сторителлинга в современном медиапространстве. Определены предпосылки возникновения новейших технологий передачи информации в журналистике. Выявлены особенности функционирования трансмедийных историй в отечественных медиа. В частности, определены жанровые формы и разновидности цифрового контента, которые преобладают в создании украинского кросс-медийного продукта. Именно их диффузия позволяет выделить трансмедийный сторителлинг как уникальную медийную формацию, которая возникает при этом, благодаря синергетическому эффекту, полученному объединением кросс-медийных составных частей. Отображен уровень заинтересованности вышеупомянутыми вопросами отечественных и зарубежных исследователей.

Ключевые слова: трансмедийный сторителлинг, кросс-медиа, мультимедиа, цифровой контент, лонгрид, конвергенция, синергия.

Transmedia storytelling as a synergy of genres, digital content and multimedia platforms

Serhii Azieiev,

Senior Lecturer at the New Media and Media Design Chair

Odesa I. I. Mechnikov National University

e-mail: s.azeev@ukr.net

The article focuses on the key points in the development of the phenomenon of transmedia storytelling in modern media space, formulates the prerequisites for the emergence of the latest information transfer technologies in journalism, and reveals the features of the functioning of transmedia stories in domestic media. In particular, genre forms and varieties of digital content have been identified that prevail in the creation of the Ukrainian cross-media product. It is their diffusion that makes it possible to distinguish transmedia storytelling as a unique media formation, which arises in this case due to the synergistic effect obtained by combining cross-media components. The article also shows the level of interest in the above-mentioned questions of domestic and foreign researchers.

Keywords: transmedia storytelling, cross-media, multimedia, digital content, longrid, convergence, synergy.

References:

1. Vasylyk, L. (2013) Cross-media as a trend of modern journalism. *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky*. Vol. 52. pp. 297–300 [In Ukrainian].
2. Vasylyk, L. (2015) Transmedia storytelling : pidruchnyk iz cross-media. Schiller Publishing House, Bonn, Sibiu. pp. 27–35 [In Ukrainian].
3. Pulia, V. (2015) How to create a multimedia longread? *Journalist*. Vol. 2. pp. 44–45 [In Ukrainian].
4. Synorub, G. (2017). Transformational processes in the modern media industry as a way to quality journalism. Cross-media: content tehnologii, perspektyty : kolektyvna monografia. pp. 23–32 [In Ukrainian].

-
5. Tuzhansky, D. (2015). How to write a longread [video]. URL: <http://journalism.ucu.edu.ua/program-highlights/3755/> (accessed: 04.03.2019) [In Ukrainian].
 6. Fanta, I. (2014) Longreads can attract to the site the same traffic as the top-news. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sayt_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_novini_ilona_fanta/ (accessed: 04.12.2019) [In Ukrainian].
 7. Holfeld, R. (2015) What is cross-media? pidruchnyk iz cross-media. Bonn, Sibiu. pp. 21–23 [In Ukrainian].
 8. Shevchenko, V. (2017) Convergence as a main feature of modern media. Cross-media: content tehnologii, perspektyvy : kolektyvna monografia. pp. 8–17 [In Ukrainian].
 9. Evans, E. (2008) Character, Audience Agency and Transmedia Storytelling. *Culture & Media, Society*. Vol. 30. №2. pp. 39–47 [In English].