

*В.М. Васильченко, канд. філол. наук, зав. каф. жур., А.О. Гаранжа
(Національний авіаційний університет, Україна)*

Сторітелінг як сучасний інструмент у диджитал-медіа

Сформульовано визначення медіаявища «сторітелінг». Вказано переваги сторітелінгу над традиційними формами оповідання. Розглянуто можливості застосування даного медіаінструменту в діджитал-медіа та позначено причини ефективності використання сторітелінгу у сучасних інтерактивних матеріалах.

Стрімкий перехід ключових сфер життя в цифрове поле не оминув і журналістику. Не можна стверджувати, що «цифровізація» ЗМІ кардинально змінила її структуру: віртуальні сторінки, так само як і друківані, продовжують наповнюватися новинними, аналітичними та художньо-публіцистичними матеріалами. Новина, огляд та історія мають стабільний попит масової аудиторії. Єдине, що змінюється, так це форма подачі матеріалів: стираються межі чистих жанрів - нотатки, коментарі, звіти, статті; тексти дедалі більше відрізняються жанровим синкретизмом. Засоби та форми роботи з інформацією трансформуються. Широкого поширення набуло таке явище, як «сторітелінг», проте мета, як і раніше, залишається колишньою - ділитися знанням з іншими людьми.

Сьогодні формат історії у медіасфері все частіше називають «сторітелінгом». Сторітелінг - це синтез систематизованої та словесної рольової гри. Сама назва складається з англійських слів story (оповідання) і tell (говорити). Американська національна мережа сторітелінга визначає це поняття як «інтерактивне мистецтво використання слів та дій для виявлення елементів та образів історії для пробудження уяви слухача» [5].

Існує, по суті, дві еволюційні причини виникнення сторітелінга, про які пише популяризатор науки, фахівець із філософії та психології Сем Макнерні. По-перше, на його думку, історії спрощують комунікацію, вибудовуючи важливу інформацію про мир та людину у послідовні наративи. Вони дають можливість організувати ефективний обмін інформацією та прийняти більш опрацьовані рішення. «Ми можемо змодельовати ситуацію в голові і уявити фінальний результат», - зазначає дослідник [4]. По-друге, історії допомагають зрозуміти та впорядкувати власне життя. Людина не сприймає її у вигляді набору випадкових подій, він здатний бачити наслідки власних дій, знаходити їм пояснення, а отже, накопичувати досвід і далі його передавати.

Варто зазначити, що оповідання та розповідь історій завжди становило ядро більшості журналістських текстів. Журналістику загалом можна назвати соціальною системою сторітелінгу. Вона розповідає історії про суспільство, виходячи з того, що суспільство розповіло їй. Саме так, через журналістські історії, що репрезентуються у засобах масової інформації, відтворюється та осмислюється соціальна дійсність.

Як прийом журналістської роботи, сторітелінг набуває особливої значущості та затребуваності в умовах трансформації медіасередовища, що відбувається в останні два десятиліття і виражається у створенні так званих «нових медіа». Розвиток інтернет-журналістики під впливом технологічних перетворень дає сторітелінгу додаткові можливості, значно посилюючи ступінь емоційного та сугестивного впливу журналістського матеріалу в контексті набуття таких нових властивостей, як мультимедійність, гіпертекстовість та інтерактивність. Журналістський матеріал стає багатограним: спочатку читач моделює в своїй уяві певну картину через текстовий опис, а потім вже може побачити її очима учасника подій, за допомогою відео- чи фотоматеріалів [1, С. 8-14].

Сторітелінг може використовуватися і в традиційних ЗМІ. Втім, інструменти діджитал-медіа розкривають всі можливості цієї медіатехнології. Експертка з медіаграмотності М. Дорош у статті «Сторітелінг на папері та планшеті» наголошує, що модель паперової газети вже неефективна сама по собі. Для якісного занурення матеріал має взаємодіяти з іншими елементами інтерактивної розповіді. Візуальне представлення інформації в межах сторітелінгу передбачає подачу інформації «порційно», за допомогою переліків, анонсів, з великою кількістю великих за розмірами ілюстрацій, мультимедійних інтерактивних технологій. «Планшети досі пародують газети. Все, що ви пропонуєте своєму читачеві – це перегортання сторінок у планшеті? Кожні 4-5 екранів має бути момент, коли ви торкаєтесь екрану і щось відбувається: вистрибує відео, чи аудіо, чи фото. І це все повинно починатися ще з ньюзруму», - пише експертка.[3].

Технології сторітелінгу дають можливість активізувати інтерес аудиторії до контенту медіаресурсу, організувати діалог навколо актуальної, злободенної теми, яку всебічно розкрив автор матеріалу, що тиражується. Жанри сторітелінгу різноманітні: від історій із життя, цікавих випадків до притч, привітань, тостів, анекдотів – важливо, щоб усі вони мали сюжет. Оповідальний, публіцистичний початок жанру сторітелінг дозволяє об'єднати тих, хто втомився від некоментованої, фактологічної інформації та цінує креатив у подачі журналістського матеріалу, авторський погляд на навколишню дійсність. Медійна історія, підготовлена з опорою на методи сторітелінгу, передбачає повне занурення в текст, напружене очікування кінцівки, вирішення ситуації, в якій опинилися герої або героїні оповідання. У свою чергу, дослідниця О. Горчинська наводить такі поширені помилки під час створення сторітелінгу, які можуть зіпсувати враження від матеріалу. Це наведення другорядних деталей, намагання поєднати кілька історій в одній, неправдива інформація і популізм, невиразне закінчення, недоречність і невідповідність запитам аудиторії, некоректне висвітлення релігійних, етнічних, політичних та інших гострих тем [2].

Отже, з одного боку, у сторітелінговій комунікації виявляється виклад матеріалу крізь призму особистісного, авторського сприйняття, з іншого - емоційна реакція адресата (читача/слухача/глядача).

Висновки

Сучасна журналістика та медіасфера загалом стають засобом розуміння суспільством самого себе. Сторітелінг насамперед успішно розвивається в області прикордонної між журналістикою та публіцистикою, переймаючи одночасно риси художньої літератури та масмедійних текстів. Розвиток нових технологій сприяло появі в медіапросторі інтерактивних засобів виразності, що ніколи не застосовувалися раніше. Це дозволяє автору перетворити свій матеріал на повноцінну багатогранну історію, забарвлену різноманітними ілюстративними матеріалами. Журналістський сторітелінг - це і творчість, і в той же час технологія, що володіє своїм набором правил і прийомів, а також обов'язкових властивостей, до яких належить необхідність наявності персонажа, сюжету, динаміки, емоційного впливу на споживача, просторово-часової конкретики, катарсичності, з'єднання загального та приватного, типового та індивідуального. Сторітелінг відповідає запитам сучасного медіаспоживача, який давно втомився від великої кількості знеособлених фактів і цифр, що вимагає персоніфікації та індивідуалізації інформації.

Список літератури

1. Азєєв С. Трансмедійний сторітелінг як синергія жанрів, цифрового контенту та мультимедійних платформ. Одеса, 2019. №25. С. 8-14.
2. Горчинська О. Сторителлинг в маркетинге – десять советов от бизнес-тренера / О.Горчинська // Детектор медіа. 2018. 15 вересня. URL: <https://detector.media/production/article/141025/2018-09-15-storitelling-v-marketinge-desyatsovetov-ot-biznes-trenera> (дата звернення: 03.09.2022).
3. Дорош М. Сторітелінг на папері та планшеті / Марина Дорош // Детектор медіа. 2012.13 вересня. URL https://ms.detector.media/web/online_media/storiteling_na_paperi_ta_plansheti (дата звернення: 03.09.2022).
4. McNerney, S. The Literary Darwinists: The Evolutionary Origins of Storytelling / S. McNerney // BigThink. URL: <http://bigthink.com/insights-of-genius/the-literary-darwinists-the-evolutionary-origins-of-storytelling>. (дата звернення: 04.09.2022).
5. National Storitelling Network, What is Storitelling? URL: <http://www.storynet.org/resources/whatisstoritelling.html> (дата звернення: 01.09.2022).