

5. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. Москва, 2004. 416 с.
6. Алексеева А.О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: дис.... канд. филол.наук: 10.01.10. Москва, 2006. URL: <http://www.dissercat.com/content/novye-interaktivnye-media-vkontekste-teorii-informatsionnogo-obshchestva>. (Дата звернення: 03.10.2021).
7. Конев В. А. Медиареальность и реальность медиа. Вестн. Самар. гуманит. акад. Сер. : Философия. Филология. 2009. № 2 (6). С. 3–10.

ОСНОВНІ СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ ТРАНСМЕДІЙНОГО СТОРІТЕЛІНГУ

Візерська А. О.

Київський університет імені Бориса Грінченка

м. Київ, Україна

Термін «трансмедійний сторітелінг» у 2006 році ввів у використання Генрі Дженкінс у своїй книзі [1] *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Це явище він описував як мистецтво створення світу. Для того, щоб у повній мірі пізнати будь-який вигаданий світ, споживачі повинні брати на себе роль мисливців та збирачів, ганяючись за частинками історії по медіа каналам, порівнюючи замітки один з одним через обговорення онлайн, а також об'єднуючись для того, щоб переконатися, що кожний хто доклав свої частки часу та зусиль зміг піти з багатшим знанням про історію, ніж він мав спочатку.

Основною особливістю трансмедійного сторітелінгу можна назвати незалежність окремих частин однієї історії або всесвіту, що розташовані на різних носіях інформації. Глядач може натрапити на серіал, а потім зацікавившись, прочитати комікси, що розширять його знання певної франшизи. Але, з іншого боку, якщо він не буде ознайомлений з усіма доступними носіями історії, він не буде відчувати незавершеності та недовомовленості з боку франшизи.

Трансмедійний сторітелінг можна використовувати у різних сферах, де потребується викладення інформації, що зацікавить користувача, якщо дотримуватися основних концепцій Г. Дженкінса – медіа-наближення, культура участі та колективного розуму.

Варто зазначити, що трансмедійний сторітелінг часто плутають з крос-медійністю, але у цих двох понять принципово різних підхід до створення та розміщення інформації. Якщо кросмедійність про те,

щоб одну й ту саму інформацію пристосовувати для різних джерел, то трансмедійний сторітелінг принципово доповнює одну історію за допомогою різних носіїв, тим самим розширюючи її. Яскравим прикладом трансмедійного сторітелінгу можна назвати медіа-франшизу «Зоряних війн». Окрім дев'яти основних фільмів існує три «легенди Зоряних війн», що розширюють всесвіт франшизи, дев'ять анімаційних телесеріалів, один серіал, створено понад 700 офіційних романів та коміксів, чисельна довідкова література, арт-буки, документальні книги та фільми про створення Лукасом франшизи, а також комп'ютерні ігри, а також настільні рольові ігри, радіоопери. Медіа-франшиза використовує майже усі доступні аудіо-візуальні засоби для створення додаткового матеріалу для свого всесвіту [2].

Продюсерка Андреа Філліпс у книзі [3] «Довідник автора: створення мультимедійних історій» виділяє два підходи до трансмедіа: підхід Західного та Східного узбережжя США. Відповідно до цієї концепції, на Західному узбережжі прийнято працювати над великими трансмедійними франшизними проектами. Вони містяться історії, фрагменти сюжету яких поділяються між декількома платформами, наприклад, фільм, відеогра, графічна новела. У кожній частині є самодостатній нарратив, а разом вони становлять всесвіт історії. «Всесвіт Зоряних війн» або «Всесвіт Бетмена» – це сукупність усіх книг, коміксів, ігор і фільмів про світ, який є якоюсь паралельною або альтернативною реальністю, яка живе за своїми внутрішніми законами та в певній хронології.

Трансмедіа Східного узбережжя, на думку автора, більшою мірою орієнтовані на доступні інтернет-платформи та інтерактивність. Відповідні проекти виявляються ближче до незалежного, авторського та документального кіно, ніж до традицій кіно Голівуду. За аналогією з телевізійною практикою, особливості «східного» напрямку умовно продовжують традиції документалістики.

Трансмедіа відбивають суперечливий характер сучасної популярної культури: вони значною мірою створюються «низовою» активністю та ініціативою (власний контент глядачів/читачів/слухачів/ігравців), але, зрештою, служать формуванню почуття причетності до бренду. Соколова Н.А. вважає, що для успішного застосування трансмедійних технологій підходить не кожна тематична комбінація кількох форматів. Творці проекту не повинні забувати про просторі для гри та «додумуванню», «стратегічні лакуни» [4], які спеціально програмуються у проекті для того, щоб ці місця займали користувачі для подальшого довільного розвитку контенту.

Найчастіше трансмедійний сторітелінг використовують у сфері медіа-виробництва – наприклад, для промоції нового серіалу, фільму або книги. Однією з найпопулярніших форм промоції у недалекому минулому можна назвати ігри альтернативної реальності (Alternate Reality Games) – інтерактивне оповідання з ігровими елементами, що використовувало

в якості платформи реальний світ. Головним критерієм для подібних проєктів є максимальна реалістичність реквізитів (справжні мобільні телефони, діючі сайти, роздруковані постери, тощо) та незнання учасників, що це гра. Класичним прикладом є промоція фільму Стівена Спілберга 2001-го року «Штучний інтелект» – була створена гра під назвою «Звір», у якій брало участь біля 3 млн. учасників [5].

Також трансмедійний сторітелінг може використовуватися у музиці. Такими носіями інформації можуть ставати концептуальні альбоми виконавців, де їх ліричний герой проживає свою окрему від виконавця історію, у інколи вимисленому світі, що перетворюється на доповнюючи його візуальні елементи – обкладинки альбомів, кліпи, фільми та навіть концертні шоу. Прикладом може слугувати останній четвертий альбом групи My Chemical Romance «Danger Days: The True Lives of the Fabulous Killjoys», що концептуально доповнював комікс вокаліста Джерарда Вея. Було випущено два основні музичні кліпи та декілька промо роликів, у яких також розгорталися власні події, пов'язані з коміксом.

Таким чином, до визначення поняття трансмедійного сторітелінгу є достатньо різних підходів, які доповнюють один одного для максимального охоплення цього явища. Основними сферами застосування трансмедійного сторітелінгу можна назвати сфери виробництва розважального контенту: індустрії кіно, мультиплікації, ігор, музики, видавництва книг, тощо. Поєднання цих сфер та створення медіа-носіїв контенту, що будуть доповнювати один одного, сприяє стимулюванню зацікавленості аудиторії у франшизі.

Література:

1. Jenkins H. *Convergence Culture Where Old and New Media Collide* / Henry Jenkins. – New York and London: New York University Press, 2006. – 310 с.
2. Зорепедія, Зоряні Війни Вікі [Електронний ресурс] // Fandom – Режим доступу до ресурсу: https://starwars.fandom.com/uk/wiki/Зорепедія:Головна_сторінка.
3. Phillips, A. *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms Hardcover* – June 21, 2012, 288 p
4. Соколова, Н. Л. Трансмедиа и «интерпретативные сообщества» / Н. Л. Соколова // *Международный журнал исследований культуры*. – 2011. – № 3. – С. 16–21.
5. Wiese E. *Alternate reality game A Labyrinth offers a model for new media in a distanced age* [Електронний ресурс] / Ellen Wiese // *UChicagoArts*. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.uchicagoartsblog.art/archive/2020/5/27/alternate-reality-game-a-labyrinth>.