

*Охріменко Г. В., канд. іст. наук, доцент  
Приходько І. П., здобувачка освіти  
спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»  
Національний університет «Острозька академія», м. Острог*

## DIGITAL-СТОРИТЕЛІНГ НА ТЕРЕНАХ МЕДІЙНОГО ПРОСТОРУ: АНАЛІЗ КОНТЕНТОУТВОРЕННЯ

В умовах стрімкого технологічного розвитку суспільства велика частка сучасного бізнесу переходить або вже перейшла в онлайн-формат. Нині брендам набагато вигідніше виділити кошти на просування в соцмережах та розкручування вебсайтів, ніж на живе спілкування з аудиторією. Саме в таких умовах народжується необхідність пошуку ефективних інструментів для онлайн-контентоутворення. Одним із таких інструментів у сучасному світі є digital-сторителінг. Цифровий сторителінг – це новітній феномен написання текстів, створення відео чи фотографій за допомогою історій та розміщення готового контенту в електронному середовищі. На думку Н. Дорофєєвої, digital-сторителінг – це метод електронної комунікації, заснований на організації мультимедійного контенту навколо однієї історії [1, с. 49]. Сьогодні цифрові історії використовуються як потужна маркетингова технологія просування та продажу продуктів чи послуг в інтернеті, а причиною цього можна назвати те, що будь-який матеріал в оформленні цікавої історії сприймається і запам'ятовується набагато краще.

У сучасних умовах цифровий сторителінг трансформувався в новітній напрям – мультимедійний сторителінг. Зауважимо, що проривом у цифровому сторителінгу вважається інтерактивна історія «SnowFall», створена редакцією TheNewYorkTimes у 2012 р. «SnowFall» – це захоплива історія про 16 сноубордистів і лижників, що потрапили у снігову лавину Каскадних гір неподалік Вашингтона. Фотографії, відео та інтерактивна графіка релевантно поєднують сторінку з текстом: на екрані завиває завірюха, виникає 3D-модель гір [2].

У форматі диджитал-сторителінгу існує низка основних правил для написання текстів. Дотримуючись їх, можна досягти вдалого консенсусу між контентом та його споживачами. Отож, розглянемо деякі з головних правил:

**1) Занурення в історію.** Переглядаючи текст, читач повинен відчувати себе в ролі головного героя та в центрі подій. Для такої можливості доречним буде використання кількох думок, прямої мови, цитат.

**2) Науковий дискурс та глибоке опрацювання теми.** Дієва історія повинна не лише відповідати на запитання «Що?», «Де?», «Коли?», а й дотримуватися відповідей на запитання «Навіщо?», «Чому?». До того ж задля полегшення наукового аспекту інформації з численними фактами й цифрами доречним буде використання порівняльної статистики певних подій, інфографіки, коментарів учених тощо. Після прочитання такої цифрової історії читачеві буде набагато легше осягнути основну суть, якою б тяжкою вона не була [2].

**3) Інтерактивність.** Зазначимо, що сьогодні можливості цифрового формату текстів набагато ширші, ніж у паперових носіїв. Якщо ж в онлайн-середовищі ці можливості не будуть використовуватися, то успіх такого контенту приречений на поразку. На нашу думку, найбільша помилка цифрового сторителінгу – саме орієнтуватися на особливості друкованої газети. Важливо пам'ятати і користуватися тим, що в цифровому середовищі читач може взаємодіяти з матеріалом: керувати інфографікою, обертати картинки, красиво і незвично розмішувати і змінювати матеріал у соціальних мережах тощо.

Слід зауважити, що вищезазначених прийомів дотримується видання «The Daily». У матеріалі про авіаторів можна легко натиснути на кожного з них і прочитати додаткові біографічні відомості. На нашу думку, така інтерактивність – важливий складник розповідання історій на цифровому носії. Німецький таблоїд «Bild» також вважається одним із найбільш креативних у контексті використання цифрових можливостей. Наприклад, у новині про 50-ліття з дня смерті Мерлін Монро для планшетного додатку зроблено інтерактивний прийом: коли натискаєш на фотографію Монро, сукня починає тріпотіти, неначе від вітру [3]. Підтримуємо інноваційність такого методу.

**4) Оформлення.** Для цифрового сторітелінгу актуальні такі дієві засоби: змістові заголовки, розбивка на тематичні абзаци, структурування тексту, добірка шрифтів тощо. Зазначені елементи мають змогу перетворити навіть великий текст у більш читабельний та привабливий для користувача [2].

Варто зазначити, що в українських медіа також використовується прийом мультимедійних історій, зокрема у виданнях, як-от «ЛІГА.net», «Українська Правда. Життя», «Platfor.ma», «ТСН.ua», «24tv.ua», проєкт від UkrLib [4] з інтерактивними відомостями про Т. Шевченка та проєкт The Ukrainians, який був повністю побудований як інтерактивне лонгвід-інтерв'ю [5].

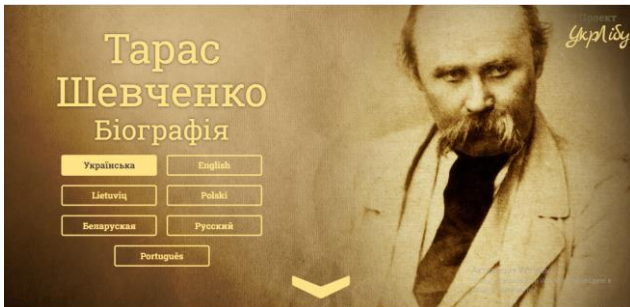


Рисунок 1 – Мультимедійний проєкт від UkrLib

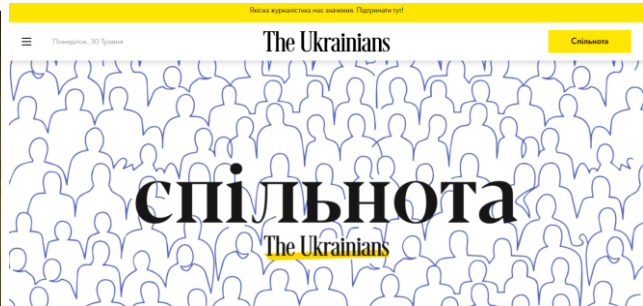


Рисунок 2 – Мультимедійний проєкт «The Ukrainians»

Слід звернути увагу на те, що сьогодні внаслідок використання різних каналів комунікації, способів взаємодії з аудиторією, комбінування форматів контенту з'явилися нові підходи до створення цифрових історій – крім мультимедійного сторітелінгу, ще кросмедійний та трансмедійний сторітелінг. Задля уникнення плутанини розберемо трактування цих понять. Науковець К. Молоні зауважує, що кросмедіа – це «одна розповідь, яка дублюється на різні медіа». Трансмедіа формується на основі нарративу, сюжетні історії якого публікуються на різних платформах (наприклад, можна почати розповідати історію у фільмі, а продовжити – у форматі телевізійного шоу, романі або коміксах). Обираючи конкретний канал, дуже важливо з'ясувати цільову аудиторію, яка ним послуговується. Усі три методи, безумовно, мають схожі риси та намагаються досягти однакового результату – поєднуючи різні знаки та використовуючи різні медіаканали, розповісти історію або історії, які будуть привертати увагу широких мас [6. с. 23].

Отже, можна дійти висновку, що цифровий сторітелінг – це новітній феномен створення контенту за допомогою історій та його розміщення в електронному середовищі. Внаслідок використання різних каналів комунікації та способів взаємодії з аудиторією сьогодні з'явилися нові підходи до створення цифрових історій – мультимедійний, кросмедійний та трансмедійний сторітелінг. Усі методи намагаються досягти однакового результату – представити історію, яка буде надихати широкі маси. У форматі диджитал-сторітелінгу існує низка основних правил для написання текстів, наприклад, занурення в історію, науковий дискурс, інтерактивність, наповненість, оформлення тощо. Саме дотримуючись їх використання, можна досягти вдалого консенсусу між контентом та його споживачами.

### Список використаних джерел

1. Дорофеева Н. Е. Сторителлинг как новая технология подачи информации. *Корпоративные информационные системы*. 2020. № 2 (10). С. 47–54.
2. Ланских А. В. Боровкова Н. М. Цифровой сторителлинг как технология представления больших массивов данных. *Язык. Текст. Книга: материалы международной научно-практической конференции*. Екатеринбург: УрФУ, 2018. С. 72–78. URL: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/64327/1/lfb-2018-12.pdf> (дата звернення: 02.06.2022).
3. Дорош М. Сторітелінг на папері та планшеті. 2012. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/6216/2012-09-13-storiteling-na-paperi-ta-plansheti/> (дата звернення: 03.06.2022).

4. Тарас Шевченко. Біографія. URL: <http://shevchenko.ukrlib.com.ua/> (дата звернення: 03.06.2022).
5. Прокопишин Т. Спільнота The Ukrainians. 2020. URL: <https://theukrainians.org/spilnota-the-ukrainians/> (дата звернення: 03.06.2022).
6. Женченко М. І. Поняття «мультимедіа», «крос-медіа», «трансмедіа» у науковому дискурсі цифрової доби. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 52. С. 72–75. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh\\_2013\\_52\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_52_12) (дата звернення: 03.06.2022).



*Яворська Т. М., канд. пед. наук,  
Погоріла Ю. В. здобувач вищої освіти  
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

### СОЦІОКУЛЬТУРНА ДІЯЛЬНІСТЬ БІБЛІОТЕК У РЕАЛІЯХ ВІЙНИ

**Вступ.** Сьогодні українське суспільство протистоїть повномасштабному вторгненню загарбницької держави. Війна зачепила усі без винятку сфери суспільного життя. Внаслідок військового втручання діяльність українських бібліотек зазнала змін. На цей час суттєву кількість бібліотечних фондів знищено. Бібліотеки, що розміщені на окупованих територіях, частково або повністю призупинили надання послуг відвідувачам. Утім бібліотеки, що не зазнали впливу військового втручання, продовжують працювати, провадити соціокультурну діяльність з огляду на наявні умови, залишаються осередками духовності та культурної ідентичності.

**Метою роботи** є дослідження соціокультурної діяльності бібліотек на період військового стану.

Дослідженню соціокультурної діяльності бібліотек присвятили наукові праці такі вчені: О. Є. Матвійчук, Л. І. Бейліс, Л. В. Адаменко, А. Л. Кухаренко, О. С. Манякіна та ін. Наприклад, Л. І. Бейліс визначив, що соціокультурна діяльність – це поєднання особливостей, що сприяють культурному розвитку людини, інформаційній обізнаності, освітньому прогресу, а також удосконаленню людини [1].

Загальне визначення соціокультурної діяльності дає змогу охарактеризувати роботу бібліотечних установ на сьогодні, а також виокремити перспективи розвитку на майбутній час.

Сучасна соціокомунікаційна діяльність – це цілеспрямована і спеціально організована система дій і заходів, метою якої є сприяння вдосконаленню інтелектуального, матеріального та естетично-духовного стану суспільства через доведення до свідомості користувачів наукових знань, емпіричних фактів, естетичних і морально-етичних цінностей, акумульованих у бібліотечних документних зібраннях на різноманітних носіях, організацію виставок, творчих зустрічей із письменниками, митцями, політиками тощо [2].

Метою соціокультурної діяльності бібліотек є організація раціонального і змістовного дозвілля читачів (користувачів), задоволення і розвиток їхніх культурних потреб, створення умов для самореалізації і самоосвіти кожного індивідуума, розкриття його здібностей, самовдосконалення й аматорської творчості в межах вільного часу [2].

Протягом 2022 р. бібліотеки як соціальні інституції приймають виклики, породжені війною, тримають культурний рубіж та шукають рішення для подолання наявних проблем і загроз. «Бібліотеки є на передньому краї інформаційної війни, і бібліотечний внесок у перемогу буде тим значніший, чим краще працюватиме кожна ланка нашого соціокультурного ланцюга. Для більшого синергічного ефекту мають бути об'єднані зусилля як бібліотек, так і інших учасників інформаційного процесу: засобів масової інформації, творчих і мистецьких спілок, архівів та музеїв, громадських інституцій, представників цифрової сфери тощо, але саме бібліотеки мають відігравати в інформаційній складовій нашої боротьби об'єднавчу й концентруючу роль» [3].