

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318736

УДК 791.41:621.397:[070:008-028.26]:004.77

РОЛЬ ТРАНСМЕДІЙНОГО СТОРІТЕЛІНГУ У ФОРМУВАННІ ІМЕРСИВНОГО ДОСВІДУ АУДИТОРІЇ

Денис Сучков

Доктор філософії, старший викладач,

Київський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

ORCID ID: 0000-0003-2716-3873

e-mail: dentele@ukr.net

Для цитування:

Сучков, Д. (2024). Роль трансмедійного сторітелінгу у формуванні імерсивного досвіду аудиторії.

Питання культурології, 44, 145–157. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318736>

Мета статті — дослідити вплив трансмедійних проєктів на створення ефекту глибокого занурення (імерсії) аудиторії у вигадані світи. У роботі проаналізовано основні структурні елементи та принципи організації трансмедійних всесвітів, зокрема досліджено методи та стратегії розширення наративу через різні медіаплатформи. Особливу увагу приділено аналізу ролі наративного ядра, сателітного контенту та естетичної єдності у формуванні глибокого занурення аудиторії. *Результати дослідження* показують, що трансмедійний підхід до побудови наративу дає змогу створити інтерактивний і залучений досвід для аудиторії. Аналіз конкретних трансмедійних проєктів, таких як «Міністерство часу», демонструє, що стратегічне використання методів додавання, упущення, транспозиції та перестановки є ефективним для підтримання інтересу та творчої активності аудиторії. Виявлено, що ключовим чинником успіху трансмедійного сторітелінгу є гармонія між різними наративними елементами та збереження цілісності вигаданого всесвіту. *Наукова новизна* роботи полягає у виявленні ключових чинників, що визначають здатність трансмедійних проєктів створювати імерсію для аудиторії. *Висновки*. Проведено детальний аналіз взаємодії між структурними елементами трансмедійних всесвітів та їхнім впливом на занурення користувачів у вигадані світи, системно досліджено роль наративного ядра, сателітного контенту та естетичної єдності в досягненні імерсивного досвіду, що надає нові можливості для застосування трансмедійних технологій у різних галузях сучасної аудіовізуальної культури.

Ключові слова: трансмедійний сторітелінг; імерсія; аудіовізуальна культура; наративні підсистеми; трансмедійна екосистема; «Міністерство часу»

Вступ

Цифрова революція початку XXI ст. призвела до радикальної трансформації різних сфер суспільного життя, зокрема й галузі аудіовізуальної культури. Поширення нових медіаплатформ, удосконалення цифрових технологій створення контенту та зміна моделей медіаспоживання зумовили виникнення нових форм взаємодії між творцями культурних продуктів та їхньою аудиторією. У цьому контексті особливої уваги заслуговує феномен трансмедійного сторітелінгу — інноваційної техніки оповіді, що передбачає координоване розгортання єдиного нарративу на різних медіаплатформах (Jenkins, 2006).

Як зазначає Г. Дженкінс (Jenkins, 2006), трансмедійні проекти пропонують аудиторії розгалужену систему взаємопов'язаних текстів (фільми, серіали, комікси, відеоігри, книги тощо), кожен з яких робить унікальний внесок у розбудову цілісного фікційного всесвіту. Такий підхід відкриває широкі можливості для поглиблення взаємодії з аудиторією, зокрема для створення ефекту імерсії — відчуття занурення у вигаданий світ, емоційного й інтелектуального зв'язку з персонажами та подіями історії. Водночас трансмедійність сприяє залученню аудиторії до активної співтворчості, розмиває межі між автором і читачем, творцем і споживачем.

Попри те, що трансмедійний сторітелінг став помітним трендом сучасної масової культури, низка концептуальних питань щодо природи й культурного значення цього явища лишається недостатньо висвітленою. Зокрема, бракує системного осмислення естетичних принципів та методів конструювання трансмедійних нарративів, психологічних механізмів їхнього імерсивного впливу, соціокультурних наслідків поширення трансмедійних практик (Scolari, 2009).

Відповідно, мета цієї статті полягає у тому, щоб дослідити феномен трансмедійності в контексті трансформаційних процесів сучасної аудіовізуальної культури. Актуальність дослідження трансмедійності з позицій культурології та соціальних комунікацій зумовлена кількома чинниками. По-перше, трансмедійний сторітелінг є яскравим симптомом більш загальних зрушень у культурі цифрової доби — конвергенції медіа, розмивання кордонів між масовим та елітарним, зміни моделей культурного виробництва та споживання. Відтак, його аналіз дає змогу виявити сутнісні риси сучасної аудіовізуальної культури, її комунікативні та естетичні особливості. По-друге, трансмедійні проекти, залучаючи масову аудиторію до співтворчості й занурюючи її у вигадані світи, суттєво трансформують досвід взаємодії з культурними продуктами, що актуалізує низку важливих питань про зміну культурних практик і компетенцій аудиторії в цифрову епоху. По-третє, поширення трансмедійних франшиз пов'язане з економічними й інституційними зрушеннями в креативних індустріях, що також потребує культурологічної рефлексії.

Аналіз попередніх досліджень

Останнім часом українські дослідники приділяють увагу як теоретичним засадам існування конвергентних ЗМІ, так і функціонуванню конкретних форм подачі такого продукту в сучасних медіа, зокрема у вигляді лонгвідів, мультимедійних текстів тощо. Наприклад, науковці Т. Полковенко (2017), В. Шевчен-

ко (2017), Г. Синоруб та ін. (Synorub et al., 2019) досліджують трансформацію сучасної медіаіндустрії та основи кросмедійності, науково обґрунтовують механізми створення мультимедійної історії. Дослідниці Ю. Блажеєвська (2019) та У. Лешко (2020) надають практичні поради щодо конструювання та використання лонгвідів.

Наукові дослідження щодо трансформації медіаспоживання в умовах цифрової культури з кроскультурної перспективи демонструють активну динаміку та багатовекторність підходів. У роботах Л. Гаврілової та Я. Топольника (2017), а також Л. Гаврілової та Н. Воронової (2017) аналізується значення цифрової культури, цифрової грамотності та компетентності в сучасному освітньому середовищі. Автори підкреслюють, що ці концепти відіграють ключову роль у формуванні нових методик навчання та підходів до взаємодії в епоху цифрових технологій. У дослідженні І. Гурової (2023) розглядається культура співучасті в нових медіа як важливий аспект сучасного культуротворення.

М. Женченко (2013) у своїй статті аналізує поняття «мультимедіа», «кросмедіа» та «трансмедіа» в контексті цифрової епохи, акцентуючи на зростанні інтересу до мультимедійних засобів споживання медіа та їх впровадженні в різні сфери сучасного життя. Важливим є те, що трансмедіа сприяє створенню глибшого занурення (імерсії) в аудіовізуальні продукти, що є однією з провідних тенденцій цифрової культури. Н. Зражевська та О. Литвиненко (2023) досліджують комунікативні трансформації, спричинені розвитком цифрових інтернет-технологій, що зумовлює появу нових форм взаємодії між споживачами та медіа в умовах цифрової парадигми, що, відповідно, впливає на спосіб споживання контенту, посилюючи імерсивність аудіовізуальних продуктів.

■ Мета статті

Мета статті — дослідити роль трансмедійності як чинника поглиблення імерсивності сучасних аудіовізуальних творів. Досягнення мети передбачає розв'язання таких завдань:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до визначення понять «трансмедійний сторітелінг», «імерсивність», «занурення» та окреслити зв'язок між цими феноменами в контексті сучасної аудіовізуальної культури.

2. Виявити базові структурні елементи та принципи організації трансмедійних всесвітів, схарактеризувати основні стратегії трансмедійного розширення наративу.

3. Здійснити системний аналіз структури та функціонування конкретного трансмедійного проекту (телесеріалу «Міністерство часу») з метою виокремлення наративних підсистем та оцінки їх внеску у створення імерсивного досвіду.

4. Визначити психологічні чинники, які зумовлюють здатність трансмедійних проєктів поглиблювати занурення аудиторії у вигаданий світ.

5. Окреслити перспективи подальшого використання трансмедійних технологій для підвищення імерсивності аудіовізуального контенту в індустрії розваг, освіти та інших суспільних сферах.

Досягнення поставлених цілей дасть змогу сформувати цілісне концептуальне бачення феномену трансмедійності як чинника розвитку сучасної аудіові-

зуальної культури, схарактеризувати його вплив на взаємодію творців контенту з аудиторією та окреслити перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.

■ Результати дослідження

Сучасна аудіовізуальна культура переживає період стрімких трансформацій, обумовлених технологічним прогресом, зміною моделей медіаспоживання та естетичними пошуками митців. Одним з головних трендів, що визначають обличчя аудіовізуального мистецтва XXI ст., є трансмедійність — техніка оповіді, що передбачає просування певного нарративу одночасно на різних медіа-платформах. Як зазначає Г. Дженкінс (Jenkins, 2006), «трансмедійні історії розгортаються на кількох медіаплатформах, кожна з яких робить свій унікальний внесок у розуміння всесвіту». На відміну від мономедійних історій, сконцентрованих лише в одному форматі, трансмедійні проекти розширюють нарратив завдяки доповненням, поданим у різних медіа (відеоігри, комікси, книги, серіали тощо).

Трансмедійний сторітелінг має на меті не просто механічно розповсюдити контент, а створити цілісний і взаємодоповнюючий досвід занурення у вигаданий світ. Водночас вхідною точкою до цього світу може бути будь-який елемент трансмедійної екосистеми. Як зазначають дослідники, «трансмедійна історія — це картина, в якій кожен фрагмент доповнює інші, створюючи у підсумку об'ємний нарратив, багатший і глибший, ніж проста сума його складників» (Berger, 2013). Прикладами успішних трансмедійних проектів є фантастичні франшизи «Зоряні війни», «Матриця», «Гра престолів», «Гаррі Поттер» та багато інших.

Однією з ключових переваг трансмедійного підходу є його здатність сприяти виникненню ефекту імерсії — психологічного стану повного занурення у вигаданий світ, відчуття «присутності» та емоційного зв'язку з персонажами та подіями історії. Множинність «точок входу» в історію, варіативність способів взаємодії з нею, інтерактивність і співучасть аудиторії — всі ці риси трансмедійних проектів працюють на досягнення ефекту глибокого занурення.

Взаємозв'язок між трансмедійністю та імерсією є одним із ключових аспектів сучасної теорії медіа та культурології. Концепція трансмедійності, яка передбачає координоване розгортання єдиного нарративу на різних медіаплатформах (Jenkins, 2006), тісно пов'язана з ідеєю імерсії — глибокого занурення аудиторії у вигаданий світ, відчуття емоційної та інтелектуальної залученості до його подій і персонажів.

З одного боку, трансмедійні проекти, поширюючи елементи історії через різні медіа (фільми, серіали, відеоігри, комікси тощо), пропонують аудиторії багатовимірний досвід взаємодії з фікційним всесвітом. Кожен медіатекст не просто дублює інформацію, а доповнює її, розкриває нові сюжетні лінії та грані персонажів (Evans, 2011). Так створюється ефект «когнітивної карти» вигаданого світу, занурення в його деталі та нюанси. Відтак трансмедійність працює як чинник поглиблення імерсії, спонукаючи аудиторію активно досліджувати всесвіт історії, поєднувати розрізнені фрагменти інформації в цілісну картину. З іншого боку, прагнення до імерсивності є одним із ключових драйверів розвитку трансмедійних проектів. Продюсери та творці контенту свідомо використовують

трансмедійні засоби (кроссплатформне просування, паратекстуальні елементи, стратегії партисипації тощо), щоб максимально «затягнути» аудиторію в орбіту фікційного світу, перетворити її з пасивних реципієнтів на активних учасників (Garner, 2016). У цьому сенсі імерсія постає як своєрідний «інтерфейс» трансмедійного наративу, оскільки саме через досвід занурення аудиторія взаємодіє з усіма його елементами.

Цікаво, що взаємозв'язок трансмедійності та імерсії проявляється не лише на рівні споживання контенту, а й у практиках культурного туризму, пов'язаного з відвідуванням локацій кіно- та телезйомок. Дослідники відзначають, що інформаційні матеріали (путівники, карти, сайти), які створюються для просування таких об'єктів, використовують принципи трансмедійного сторітелінгу — поєднують елементи брендингу місця та наративу, апелюють до знайомих аудиторії образів і сюжетів (Garner, 2016). Вони фактично «програмують» імерсивний досвід туристів, моделюють їхні очікування та форми поведінки. Водночас практика відвідування локацій і фотографування в місцях зйомок може розглядатися як спроба подолати розрив між дієгетичним та недієгетичним просторами, поєднати реальний світ із художнім задля поглиблення імерсії (Bonі, 2017).

Підсумовуючи, можна стверджувати, що трансмедійність та імерсія перебувають у стані продуктивного взаємозв'язку та взаємопідсилення. Трансмедійні стратегії використовуються для проектування імерсивного досвіду аудиторії, тоді як прагнення до імерсії, відповідно, стимулює розвиток усе нових форм і практик кроссплатформного сторітелінгу. Відтак аналіз цих феноменів не лише відкриває нові обрії в культурологічній теорії, а й має значний практичний потенціал, зокрема, для дослідження та проектування досвіду медіаспоживання в умовах цифрової культури.

Водночас попри стрімкий розвиток трансмедійного сторітелінгу чимало концептуальних і методологічних питань щодо феномену трансмедійності лишаються недостатньо висвітленими. Зокрема, бракує чітких критеріїв розрізнення трансмедійних і кросмедійних проектів, типології трансмедійних компонентів, розуміння зв'язку між імерсивними ефектами та структурою трансмедійної екосистеми. Відповідно, метою цієї статті є дослідження ролі трансмедійного сторітелінгу у створенні ефекту імерсії на основі аналізу структури і функціонування окремого трансмедійного проекту (Beddows, 2012).

Для кращого розуміння ролі трансмедійності в аудіовізуальній культурі слід розглянути базові принципи організації та функціонування трансмедійних всесвітів. На думку дослідників, ключовими системоутворючими елементами будь-якого трансмедійного проекту є наративне ядро як центральний елемент трансмедійного наративу та базова історія, яка задає основні параметри вигаданого світу: міфологію (mythos), топос (topos) та етос (ethos). Наративне ядро зазвичай презентується у форматі «материнського корабля» (mothership) — романі, фільмі, телесеріалі або відеогрі. Саме ця історія формує фундамент для подальших наративних розширень і доповнень. Наприклад, у «Зоряних війнах» (Star Wars) материнським кораблем є оригінальна трилогія фільмів, яка встановлює ключові сюжетні лінії, персонажів і світ. Сателітний контент є важливим аспектом трансмедійної стратегії: додаткові наративні розширення та допов-

нення не просто повторюють, а суттєво збагачують і поглиблюють центральну історію. Сателітний контент може охоплювати офіційні розширення, вироблені авторами проекту, такі як книги, комікси, анімаційні серіали, а також фанатську творчість, яка часто грає важливу роль у підтримці та розвитку трансмедійного всесвіту. Негативний простір є ще одним ключовим елементом трансмедійності: навмисно створені лакуни і «пробіли» в історії, які стимулюють уяву та творчу активність аудиторії, спонукаючи її добудовувати всесвіт, дають змогу створювати глибші та багатшарові наративи, які продовжують жити та розвиватися завдяки творчості фанатів та інших авторів. Негативний простір може виявлятися через невідповідності, недомовленості або відкриті кінцівки, що залишають простір для інтерпретації. Впізнаваний естетичний стиль є ще одним важливим компонентом трансмедійності, візуальної, звукової та наративної стилістики, які забезпечують єдність і цілісність сприйняття всесвіту незалежно від залучених медіаплатформ. Впізнаваний стиль допомагає аудиторії легко орієнтуватися в трансмедійному просторі та підтримувати зв'язок між різними частинами наративу (Sánchez-Castillo & Mora-Llabata, 2019).

Також трансмедійний дискурс має значний вплив на трансформацію сучасної аудіовізуальної культури, оскільки трансмедійність змінює саму природу аудіовізуального наративу, перетворюючи його з лінійної історії, обмеженої одним медіа, на багатовимірний та інтерактивний досвід, який розгортається одночасно на різних медіаплатформах, призводить до виникнення нових форм взаємодії аудиторії з контентом — глядачі перетворюються зі споживачів на активних учасників і співтворців наративу. Трансмедійні проекти заохочують аудиторію досліджувати вигаданий всесвіт, збирати розрізнені фрагменти історії, ділитися своїми інтерпретаціями та продукувати власний контент — від фанатської творчості до повноцінних спін-оффів та сиквелів. Трансмедійний сторітелінг радикально розширює межі аудіовізуального світотворення. Якщо традиційні фільми та серіали були обмежені хронометражем і технічними можливостями конкретного медіа, то трансмедійні франшизи здатні створювати розгалужені, деталізовані та психологічно переконливі фікційні всесвіти, які охоплюють десятки й сотні років вигаданої історії та залучають безліч персонажів, що відкриває нові можливості для глибокого занурення аудиторії у вигаданий світ, емоційної прив'язаності до героїв та багатшарового розкриття тем і сенсів надалі. Тобто трансмедійність стимулює конвергенцію та синергію раніше ізольованих медіаіндустрій — кіно, телебачення, літератури, коміксів, відеоігор, тематичних парків тощо. Кожна платформа починає працювати не лише на власну, а й на спільну аудиторію, а елементи наративу, наявні в різних медіа, утворюють цілісну й незалежну історію. Окрему роль у трансмедійній екосистемі відіграють соціальні медіа, які стають ключовим майданчиком для взаємодії між авторами та аудиторією, поширення інформації про проект, організації фан-спільнот та стимулювання користувачької творчості. Можливості соціальних мереж з миттєвого зворотного зв'язку, дискусій, краудсорсингу ідей дають змогу авторам динамічно реагувати на запити аудиторії, коригувати розвиток трансмедійного всесвіту та підживлювати інтерес до нього між виходами нових «материнських» текстів (фільмів, серіалів, ігор).

Так, трансмедійний дискурс і сторітелінг постають потужними чинниками трансформації сучасної аудіовізуальної культури — як на рівні створення контенту, так і на рівні його сприйняття аудиторією. Вони розмивають кордони між різними медіа, стимулюють конвергенцію індустрій, змінюють моделі монетизації проєктів. Водночас вони трансформують саму природу оповіді — від закритого авторського висловлювання до відкритого, процесуального та інтерактивного нарративного досвіду, що створює простір для активної участі аудиторії у формуванні аудіовізуальної культури, стимулює розвиток горизонтальних зв'язків всередині фан-спільнот та між глядачами й авторами.

Здебільшого в центрі трансмедійного всесвіту перебуває «материнський корабель», який є головним атрактором уваги аудиторії та задає базову тональність і правила всесвіту. Таких «кораблів» може бути декілька (наприклад, серія книг та серія фільмів). Навколо цього ядра обертаються менші за масштабом і впливом нарративні світи, що взаємодіють між собою. Щоб описати цю взаємодію, Дж. Кончак (Konczak, 2018) пропонує розрізнити чотири стратегії трансмедійного сторітелінгу:

Додавання (addition) є процесом розширення знань про всесвіт завдяки новій інформації, що додається до вже наявного нарративу, новим персонажам, локаціям, подіям або навіть цілим сюжетним лініям, які поглиблюють і збагачують основну історію. Наприклад, у всесвіті Marvel Cinematic Universe (MCU) кожен новий фільм або серіал додає нові деталі до загальної картини, розкриваючи нові аспекти світу і персонажів. Додавання дозволяє авторам розширювати свій всесвіт, роблячи його комплексним і багатощаровим, а також тримає аудиторію в постійному очікуванні нових відкриттів і пригод.

Упущення (omission) є навмисним приховуванням частини інформації для створення інформаційних лакун або прогалів у нарративі. Метод використовується для стимулювання уяви та творчої активності аудиторії, яка заповнює ці прогалини власними інтерпретаціями і теоріями. Упущення створює простір для розвитку фанатської творчості та забезпечує глибше занурення в нарратив. У популярних франшизах, таких як «Зоряні війни» (Star Wars), часто залишаються нерозв'язані питання або незрозумілі моменти, що стимулює фанатів до створення власних історій, теорій і навіть фанатських фільмів.

Транспозиція (transposition) передбачає зміну порядку викладу подій або перенесення історії в інший формат. Транспозиція дає змогу історії знайти нову аудиторію та надає їй нове життя у різних медіаплатформах. Важливим аспектом транспозиції є збереження основних елементів і духу оригінальної історії під час її адаптації до особливостей нового формату. Наприклад, адаптація «Гри престолів» (Game of Thrones) з серії романів у телесеріал дала змогу значно розширити аудиторію та візуально насолодитися вигаданим світом.

Перестановка (permutation) охоплює заміну або перестановку окремих елементів історії, таких як персонажі, локації або сюжетні лінії. Метод дає змогу авторам експериментувати з різними варіантами розвитку подій і створювати альтернативні версії нарративу. Перестановка може також допомогти адаптувати історію до культурних або регіональних особливостей, роблячи її доступною та зрозумілою для різних аудиторій. У фільмах і серіалах часто використовують

перестановку для того, щоб зробити історію динамічною та загадковою, змінюючи порядок подій або акценти на певних моментах.

Отже, трансмедійні проекти можуть розширювати, звужувати, змінювати початковий нарративний всесвіт, комбінуючи перелічені стратегії в різних пропорціях. Водночас для досягнення ефекту імерсії критично важливо зберегти гармонію, несуперечливість та естетичну єдність всесвіту. Саме тому виробництво трансмедійних проектів зазвичай спирається на так звані «Біблії» (Bibles), які детально описують базові характеристики всесвіту, щоб уникнути розбіжностей між різними нарративними елементами (Berger, 2013).

Вдалим прикладом системного підходу до побудови трансмедійного всесвіту є іспанський науково-фантастичний телесеріал «Міністерство часу» (El Ministerio del Tiempo, 2015 – дотепер). Аналіз цього проекту дасть змогу глибше зрозуміти роль трансмедійності у створенні імерсивного досвіду аудиторії.

«Міністерство часу»: модель трансмедійної екосистеми. Телесеріал «Міністерство часу», створений Хав'єром та Пабло Олівіресаами, розповідає про секретний урядовий департамент, який здійснює контроль за подорожами в часі з метою запобігти змінам в історії Іспанії. Кожна серія демонструє міжчасову патрульну команду, що подорожує в певний момент минулого для виконання місій. Самобутній візуальний стиль, оригінальні сюжетні лінії та харизматичні персонажі забезпечили серіалу постійний попит і культовий статус у глядачів (Tenderich & Williams, 2015).

Від самого початку «Міністерство часу» замислювалося як трансмедійний проект з чіткою стратегією розширення нарративу. За три сезони навколо телесеріалу було створено розгалужену екосистему сателітного контенту, що охоплював офіційні доповнення (комікси, документальні фільми, подкасти, доповнена реальність), продукцію за ліцензією (книги, відеоігри, настільні ігри) та різноманітний користувацький контент. За даними дослідження Х. Міранди-Гальбе та ін. (Miranda-Galbe et al., 2021), трансмедійний всесвіт «Міністерства часу» налічував понад 833 нарративних елементи, що поділені на 8 підсистем:

- нарративна підсистема художньої літератури (19,57 % контенту);
- підсистема історичної документалістики (5,04 %);
- рекламно-промоційна підсистема (41,78 %);
- інформаційно-журналістська підсистема (20,29 %);
- підсистема «за лаштунками» (відео про створення серіалу) (5,04 %);
- ігрова підсистема (0,24 %);
- маркетингова підсистема (0,96 %);
- паратексти (незалежні нарративні елементи) (7,08 %).

Водночас більшість нарративних розширень використовували стратегію додавання нової інформації про всесвіт (57,74 %), тоді як упушення і створення лагун застосовувалися рідше (36,25 %) (Kopczak, 2018).

Як бачимо, найбільший обсяг контенту припадав не на основний «материнський корабель» (серіал), а на рекламно-промоційні матеріали, необхідні для залучення аудиторії. Водночас серіал зберігав центральну позицію у всесвіті, слугуючи відправною точкою й естетичним камертоном для решти розширень.

Варто зазначити, що для досягнення ефекту імерсії найбільше значення має не кількість, а якість і нарративна цінність розширень. Справді вагомими для занурення у весьвіт були передусім розширення художньої підсистеми (офіційні новели, фанфіки, комікси), які збагачували історію психологічно й емоційно.

Отже, на прикладі «Міністерства часу» можемо бачити, наскільки важливу роль у формуванні імерсії відіграє системний підхід до творення трансмедійних весьвітів. Продумана архітектура нарративних підсистем, їхня відповідність естетиці «материнського корабля», майстерне використання стратегій розширення, упущення і транспозиції — все це дало змогу авторам проєкту створити візуально й емоційно насичений, захопливий і психологічно правдивий світ, здатний надовго утримувати увагу та уяву аудиторії.

■ Висновки

Підсумовуючи, можемо констатувати, що трансмедійність стала важливим чинником трансформації сучасної аудіовізуальної культури, відкривши нові можливості для поглибленої взаємодії творців контенту з аудиторією. Завдяки мультиплатформному розгортанню оповіді та залученню глядачів як співторців історії трансмедійні проєкти виявляють унікальну здатність створювати відчуття глибокого занурення у вигаданий світ.

Системний аналіз структури та функціонування трансмедійних нарративних екосистем дає змогу виокремити низку чинників, що визначають їхню імерсивність. Передусім це оптимальне співвідношення таких системотворчих елементів, як нарративне ядро, сателітний контент, негативний простір та естетична єдність весьвіту. Водночас зв'язки між елементами екосистеми вибудовуються за допомогою чотирьох базових стратегій: додавання, упущення, транспозиція та перестановка. Майстерне комбінування окреслених стратегій з урахуванням специфіки конкретного проєкту сприяє підтриманню інтересу та творчої активності аудиторії.

Аналіз трансмедійного весьвіту серіалу «Міністерство часу» засвідчив, що ефект занурення забезпечується передусім завдяки продуманій архітектурі нарративних підсистем, їх відповідності естетиці «материнського корабля», використанню негативного простору для стимулювання уяви та спітворчості глядачів. Найбільший внесок у цьому проєкті зробили розширення художньої підсистеми (новели, комікси, фанфіки), які психологічно й емоційно збагатили історію.

Отже, трансмедійність відкриває широкі перспективи для посилення імерсивності контенту не лише у сфері розваг, а й в освіті, туризмі, музеєзнавстві та інших соціокультурних практиках. Розробка резонансних трансмедійних проєктів здатна розширити палітру виражальних засобів для митців, збагатити інструментарій медіадослідників, підвищити медіаграмотність аудиторії.

■ Список посилань

Блажеєвська, Ю. М. (2019). Лонгрід як спосіб подачі інформації в сучасних інтернет-ЗМІ. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*, 16. <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15131>

- Гаврілова, Л., & Воронова, Н. (2017). Цифрова культура як феномен сучасного інформаційно-комунікаційного педагогічного середовища. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*, 48, 21–34. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1312912>
- Гаврілова, Л., & Топольник, Я. (2017). Цифрова культура, цифрова грамотність, цифрова компетентність як сучасні освітні феномени. *Інформаційні технології і засоби навчання*, 61(5), 1–14.
- Гурова, І. В. (2023). Культурні співучасті у нових медіа як феномен сучасного культуротворення. *Культурологічний альманах*, 1, 167–173. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.1.22>
- Женченко, М. І. (2013). Поняття «мультимедіа», «крос-медіа», «трансмедіа» у науковому дискурсі цифрової доби. *Наукові записки Інституту журналістики*, 52, 72–75.
- Зражевська, Н., & Литвиненко, О. (2023). Комунікативні трансформації як наслідок розвитку сучасних цифрових інтернет-технологій. *Інтегровані комунікації*, 1(15), 36–41. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.155>
- Лешко, У. (2020). Лонгрід як форма сучасної мультимедійної журналістики. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 48, 180–188. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2020.48.10558>
- Полковенко, Т. В. (2017). Перспективи розвитку кросмедіа. В В. Е. Шевченко (Ред.), *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* (с. 207–213). Київський національний університет імені Тараса Шевченка. https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/22638/1/T_Polkovenko_CrossMedia_IJ.pdf
- Тілікіна, Н. (2021). Медіа-, інформаційна і комп'ютерна грамотність як компоненти цифрової грамотності. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*, 29, 46–56. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.5149025>
- Beddows, E. (2012). *Consuming transmedia: how audiences engage with narrative across multiple story modes* [Doctor of Philosophy, Swinburne University of Technology]. <https://doi.org/10.25916/sut.26255831.v1>
- Berger, P. (2013, March 20–22). Immersion, from Goggles to Transmedia. In *VRIC 2013 Virtual Reality International Conference - Laval Virtual* (pp. 1–8). Association for Computing Machinery. <http://diccan.com/Blog/Berger/Immersion.pdf>
- Boni, M. (Ed.). (2017). *World Building: Transmedia, Fans, Industries*. Amsterdam University Press. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/25975/1004106.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203819104>
- Gambarato, R. R. (2013). Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations. *Baltic Screen Media Review*, 1, 80–100. <http://dx.doi.org/10.1515/bsmr-2015-0006>
- Garner, R. P. (2016). Symbolic and cued immersion: paratextual framing strategies on the Doctor Who Experience Walking Tour. *Popular Communication*, 14(2), 86–98. <https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1153101>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Konczak, J. (2018). *Transmedia Storytelling and Transcendental Experience: Using Media Archaeology in Creative Practice to Explore Narrative and Space within the Virtual*

Screen [Doctor of Philosophy, Nottingham Trent University]. <https://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/38007/1/Julian%20Konczak%202019.pdf>

Miranda-Galbe, J., Cabezuelo-Lorenzo, F., & López-Medel, I. (2021). Analytical Model of Transmedia Storytelling Ecosystems in Audiovisual Fiction: The Spanish Model of "The Ministry of Time". *Communication & Society*, 34(1), 1–13. <https://doi.org/10.15581/003.34.1.1-13>

Sánchez-Castillo, S., & Mora-Llabata, M. R. (2019, July 1–3). Transmedia storytelling as collaborative environment and autonomous in higher education. In *EDULEARN 2019: 11th annual International Conference on Education and New Learning Technologies* (pp. 8436–8441). IATED. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2019.2099>

Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586–606. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477/336>

Synorub, H. P., Nestayko, I. M., Poplavska, I. V., Medynska, O. Y., & Poplavska, N. M. (2019). Crossmedia as an innovative technology in training the humanities students in higher school. *Information Technologies and Learning Tools*, 70(2), 257–270. <https://doi.org/10.33407/itlt.v70i2.2762>

Tenderich, B., & Williams, J. (2015). *Transmedia Branding: Engage Your Audience*. USC Annenberg Press.

References

Beddows, E. (2012). *Consuming transmedia: how audiences engage with narrative across multiple story modes* [Doctor of Philosophy, Swinburne University of Technology]. <https://doi.org/10.25916/sut.26255831.v1> [in English].

Berger, P. (2013, March 20–22). Immersion, from Goggles to Transmedia. In *VRIC 2013 Virtual Reality International Conference - Laval Virtual* (pp. 1–8). Association for Computing Machinery. <http://diccan.com/Blog/Berger/Immersion.pdf> [in English].

Blazheievskaya, Yu. M. (2019). Lonhrid yak sposib podachi informatsii v suchasnykh internet-ZMI [Long read as a way of presenting information in modern online media]. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: Social Communications*, 16. <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15131> [in Ukrainian].

Boni, M. (Ed.). (2017). *World Building: Transmedia, Fans, Industries*. Amsterdam University Press. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/25975/1004106.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [in English].

Evans, E. (2011). *Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203819104> [in English].

Gambarato, R. R. (2013). Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations. *Baltic Screen Media Review*, 1, 80–100. <http://dx.doi.org/10.1515/bsmr-2015-0006> [in English].

Garner, R. P. (2016). Symbolic and cued immersion: paratextual framing strategies on the Doctor Who Experience Walking Tour. *Popular Communication*, 14(2), 86–98. <https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1153101> [in English].

Havrilova, L., & Topolnyk, Ya. (2017). Tsyfrova kultura, tsyfrova hramotnist, tsyfrova kompetentnist yak suchasni osvichni fenomeny [Digital culture, digital literacy, digital

- competence as the modern educational phenomena]. *Information technologies and learning tools*, 61(5), 1–14 [in Ukrainian].
- Havrilova, L., & Voronova, N. (2017). Tsyfrova kultura yak fenomen suchasnoho informatsiino-komunikatsiinoho pedahohichnoho seredovyshcha [Digital culture as a phenomenon of modern informational and communication pedagogical environment]. *Information Technologies and Learning Tools*, 48, 21–34. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1312912> [in Ukrainian].
- Hurova, I. V. (2023). Kultury spivuchasti u novykh media yak fenomen suchasnoho kulturotvorennia [Cultures of participation in the new media as a phenomenon of modern cultural creation]. *Culturological almanac*, 1, 167–173. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.1.22> [in Ukrainian].
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press [in English].
- Konczak, J. (2018). *Transmedia Storytelling and Transcendental Experience: Using Media Archaeology in Creative Practice to Explore Narrative and Space within the Virtual Screen* [Doctor of Philosophy, Nottingham Trent University]. <https://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/38007/1/Julian%20Konczak%202019.pdf> [in English].
- Leshko, U. (2020). Lonhrid yak forma suchasnoi multymediinoi zhurnalistyky [The longread as a form of modern multimedia journalism]. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, 48, 180–188. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2020.48.10558> [in Ukrainian].
- Miranda-Galbe, J., Cabezuolo-Lorenzo, F., & López-Medel, I. (2021). Analytical Model of Transmedia Storytelling Ecosystems in Audiovisual Fiction: The Spanish Model of "The Ministry of Time". *Communication & Society*, 34(1), 1–13. <https://doi.org/10.15581/003.34.1.1-13> [in English].
- Polkovenko, T. V. (2017). Perspektyvy rozvytku krosmedia [Crossmedia Development Prospects]. In V. E. Shevchenko (Ed.), *Krosmedia: kontent, tekhnolohii, perspektyvy* (pp. 207–213). Taras Shevchenko National University of Kyiv. https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/22638/1/T_Polkovenko_CrossMedia_IJ.pdf [in Ukrainian].
- Sánchez-Castillo, S., & Mora-Llabata, M. R. (2019, July 1–3). Transmedia storytelling as collaborative environment and autonomous in higher education. In *EDULEARN 2019: 11th annual International Conference on Education and New Learning Technologies* (pp. 8436–8441). IATED. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2019.2099> [in English].
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586–606. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477/336> [in English].
- Synorub, H. P., Nestayko, I. M., Poplavska, I. V., Medynska, O. Y., & Poplavska, N. M. (2019). Crossmedia as an innovative technology in training the humanities students in higher school. *Information Technologies and Learning Tools*, 70(2), 257–270. <https://doi.org/10.33407/itlt.v70i2.2762> [in English].
- Tenderich, B., & Williams, J. (2015). *Transmedia Branding: Engage Your Audience*. USC Annenberg Press [in English].
- Tilikina, N. (2021). Media-, informatsiina i kompiuterna hramotnist yak komponenty tsyfrovoi hramotnosti [Media, Information and Computer Literacy as Components of Digital Literacy]. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law. Series "Economics". Series "Law"*, 29, 46–56. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.5149025> [in Ukrainian].

Zhenchenko, M. I. (2013). Poniattia "multymedia", "kros-media", "transmedia" u naukovomu dyskursi tsyfrovoi doby [Notion of "multimedia", "cross-media", "transmedia" in the scientific discourse of digital era]. *Scientific notes of the Institute of Journalism*, 52, 72–75 [in Ukrainian].

Zrazhevskaya, N., & Lytvynenko, O. (2023). Komunikatyvni transformatsii yak naslidok rozvytku suchasnykh tsyfrovyykh internet-tekhnologii [Communicative transformations as a consequence of the development of modern digital internet technologies]. *Integrated communications*, 1(15), 36–41. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.155> [in Ukrainian].

THE ROLE OF TRANSMEDIA STORYTELLING IN FORMING THE AUDIENCE'S IMMERSIVE EXPERIENCE

Denys Suchkov

PhD, Senior Lecturer,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-2716-3873
e-mail: denele@ukr.net

The aim of the article is to study the influence of transmedia projects on creating the effect of deep plunging ("immersion") of the audience in fictional worlds. The research analyses main structural elements and principles of organising transmedia universes, as well as examines methods and strategies for narrative expansion through various media platforms. Special attention is given to analysing the role of the narrative core, satellite content and aesthetic unity in forming deep audience's immersion. *The results* demonstrate that a transmedia approach to narrative construction allows to create an interactive and engaging experience for the audience. The analysis of specific transmedia projects, such as "Ministry of Time", shows that the strategic use of methods, such as addition, omission, transposition and rearrangement is effective in maintaining the audience's interest and creative engagement. It is found out that a key success factor in transmedia storytelling is harmony between different narrative elements and maintaining the integrity of the fictional universe. *The scientific novelty* of the work grounds on identifying key factors that determine the ability of transmedia projects to create immersion for the audience. *Conclusions.* A detailed analysis of interacting structural elements of transmedia universes with their impact on the users' immersion in fictional worlds is conducted, the role of the narrative core, satellite content and aesthetic unity in achieving an immersive experience is systematically studied. It provides new opportunities for applying transmedia technologies in various fields of modern audiovisual culture.

Keywords: transmedia storytelling; immersion; audiovisual culture; narrative subsystems; transmedia ecosystem; "Ministry of Time"



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.