

ПРИЕМЫ ТРАНСМЕДИЙНОГО СТОРИТЕЛЛИНГА В ОСВЕЩЕНИИ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМОЙ ТЕМЫ (НА ПРИМЕРЕ МЕДИАХОЛДИНГА «ПЕРВЫЙ ОБЛАСТНОЙ»)

М. Н. Булаева

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Российская Федерация

В статье рассматривается актуальная проблема – применение трансмедийного сторителлинга в освещении социально значимых тем. В условиях трансформации медиапространства, связанной с развитием информационно-коммуникационных технологий и цифровизацией, ускорением массовых информационных потоков, изменением медиапотребления, редакции СМИ внедряют новые способы создания и представления информации, расширяя при этом социальное взаимодействие с аудиторией посредством новых медиаплатформ. Перспективной технологией коммуникации в современном медиапространстве является трансмедийный сторителлинг как повествование, разворачивающееся на множестве медиаплатформ. В статье рассмотрены и охарактеризованы различные подходы к трактовке понятия «трансмедийный сторителлинг» и выявлены его приемы. Определено, что приемы трансмедийного сторителлинга активно внедряются в повседневную практику редакций СМИ, в том числе и в российских регионах. Целью статьи является исследование приемов трансмедийного сторителлинга при освещении социально значимых тем в региональных СМИ. В качестве эмпирической базы выбран медиахолдинг Челябинской области «Первый областной». На примере освещения стихийной ситуации – природных пожаров в Челябинской области летом 2021 года – рассмотрены технологии трансмедийного сторителлинга на ведущих медиаплатформах холдинга: на телеканале ОТВ, портале онлайн-трансляций lobl.tv, сайте информационного агентства «Первое областное» и в его аккаунтах в социальных сетях, в Telegram-канале. Анализ массива материалов позволил выявить специфику сторителлинга, основанного на повествовании о социально значимой проблеме: пожарах в населенных пунктах и их последствиях. Такое повествование, разворачиваясь на нескольких медиаплатформах, приобретает свойства трансмедийности, это позволило редакции полно, релевантно и оперативно информировать аудиторию о происходящем, представить разные точки зрения на решение проблем, актуализировать тему противопожарной безопасности. Исследование содержательно-тематических и жанровых аспектов материалов и структурно-функциональных особенностей медиаплатформ выявило наиболее эффективные приемы трансмедийного сторителлинга и обозначило проблемы его реализации.

Ключевые слова: журналистика, СМИ, трансмедийный сторителлинг, социально значимые темы.

Введение

Обращение к исследованию приемов трансмедийного сторителлинга в региональных СМИ актуально и обусловлено расширением коммуникативных практик современных редакций: в условиях трансформации медиапространства меняется медиапотребление, расширяются способы создания, упаковки и доставки контента. Более широкое применение получают социальные сети, аудитория СМИ вследствие перехода с вещательной модели на вовлекающую рассматривается не только как адресат информации, но и как соучастник коммуникации. Одним из эффективных способов повествования в этих условиях стал трансмедийный сторителлинг – «...современная коммуникативная технология изложения истории, которая транслируется с использованием разных каналов коммуникации» [1].

Цель исследования – изучить специфику применения приемов трансмедийного сторителлинга в региональных СМИ при освещении социально значимых тем. Региональные СМИ функционируют в глобальном информационном про-

странстве в условиях конкуренции с общенациональными СМИ, оставаясь при этом самыми близкими к своей аудитории, активно внедряют новые технологии для более эффективного освещения событий и проблем региона.

Задачи данного исследования предполагают последовательное изучение приемов трансмедийного сторителлинга, а также анализ их применения в работе региональных СМИ при освещении социально значимых тем. В данной статье исследован опыт ведущего СМИ Челябинской области – медиахолдинга «Первый областной», в качестве эмпирической базы выступают материалы телеканала ОТВ, портала онлайн-трансляций lobl.tv, сайта информационного агентства «Первое областное» и его аккаунтов в социальных сетях и Telegram-канале за период с 8 июля по 10 сентября 2021 года.

Обзор литературы

Первые исследования трансмедийного сторителлинга относят к концу 20 века. В 1991 году термин «трансмедиа» употребил профессор университета Южной Каролины М. Киндер [2, с. 7], изучая специ-

фику детских анимационных сериалов. Широкое применение термин «трансмедийный сторителлинг» получил после выхода статьи Г. Дженкинса «Transmedia Storytelling» [3] в 2003 году. Исследователь выявил такие свойства трансмедиа, как мультиплатформенность, масштабность, интерактивность.

К. Сколари в 2009 году описал трансмедийный сторителлинг как «особый род нарративной структуры» [4]. Он подчеркивал, что трансмедийный сторителлинг не просто дополняет различные медиаплатформы одним и тем же контентом, указывая, что «...рассказанная в комиксе история совсем не идентична тому, что представлено на ТВ или в кино» [4].

Виды трансмедийного сторителлинга представлены в трудах Д. Лонга [5], А. Филлипа [6], Р. Праттена [7]. В 2013 году Р. Р. Гамбарато представила аналитическую модель трансмедийного анализа проектов, включающую 10 основных направлений (предпосылки и цели, общая структура повествования, построение мира, персонажи, расширения и т. д.) [8].

В России наиболее активно изучение трансмедийного сторителлинга продолжается в последнее десятилетие. Одно из первых исследований трансмедиа в России проведено Н. Л. Соколовой [9], которая изучает трансмедиа в сфере популярной культуры и трактует их как сравнительно новый, характерный для эпохи «новых» медиа феномен. Е. Г. Лапина-Кратасюк, О. В. Мороз и Р. Р. Гамбарато в 2017 году провели исследование российских трансмедийных проектов, выявив их специфику, заключающуюся прежде всего в том, что «...наиболее масштабные и значимые ТС-проекты производятся телевизионными компаниями» [10], а «...продюсеры трансмедийных проектов часто предлагают больше возможностей интеракции (когда аудитория может исследовать проект разными способами, но не может выступать в качестве соавтора истории и не может ее менять), чем участия (соучастия)» [10].

М. А. Пильгун называет трансмедийным сторителлингом «...процесс создания медиатекста в кросс-платформенной среде, включая алгоритм и инструментарий» [11].

Исследователь А. В. Красавина относит трансмедийный сторителлинг к наиболее перспективным направлениям в исследованиях журналистики, его актуальность она обосновывает тем, что «...редакции ведущих СМИ соревнуются в рассказывании историй, в том числе при помощи новейших технологий» [12, с. 133].

Методы исследования

При исследовании приемов трансмедийного сторителлинга в работе региональных СМИ применялись методы анализа, синтеза, систематизации, сравнения. В процессе обработки эмпирического материала были использованы методы мониторинга, контент-анализа.

Результаты и дискуссия

Широкое применение принципа мультиплатформенности в медиаиндустрии привело к появле-

нию новых методов представления информации и новых типов повествования: мультимедийного (посредством сочетания разных знаковых систем и форматов на одной медиаплатформе), кросс-медийного (размещение одной истории на разных платформах) и трансмедийного (повествование развивается сразу на нескольких платформах).

В современной теории и практике для обозначения процесса повествования в основном используется термин «сторителлинг» (англ. storytelling – «рассказывание историй»). В общем смысле это «...метод последовательного изложения истории, создающий в итоге эффект вовлеченности, сиюминутности и причастности к описываемому событию у читателя / зрителя» [13, с. 146]. В работе исследователя В. Ю. Грушевой сторителлинг описан как «...метод передачи информации и транслирования ценностей с помощью коротких повествовательных текстов, жанр дискурса, коммуникативная тактика, имеющая определенный ценностно окрашенный конечный результат» [14, с. 40].

Наибольший масштаб сторителлинг приобретает в трансмедийном пространстве благодаря расширению числа медиаплатформ, на которых развивается повествование и, соответственно, увеличению аудитории.

Г. Дженкинс в 2006 году в книге «Культура конвергенции: столкновение старых и новых медиа» отмечал, что трансмедийное повествование – это новая эстетика, появившаяся как ответ на конвергенцию медиа, предъявляющая новые требования к потребителям и зависящая от активного участия аудитории, а «трансмедийное повествование – это искусство создания мира» [15], Вселенной, объединяющей онлайн- и офлайн-коммуникацию.

Г. Дженкинс выделил семь основных свойств трансмедиа [16]:

1. Расширяемость и углубляемость. Под расширяемостью понимается участие аудитории в распространении контента, а углубляемость – это побуждение к дальнейшему изучению с целью глубокого погружения в историю.

2. Непрерывность и множественность. Непрерывность рассматривается как последовательность, целостность истории, несмотря на то что ее элементы размещены на разных платформах. А множественность, наоборот, предполагает вариативность, изменимость, в том числе, при участии аудитории, активно включающейся в процесс создания истории.

3. Погружаемость и экстрагируемость. Трансмедийное повествование иммерсивно, так как вовлекает аудиторию в мир истории. Свойство экстрагируемости, напротив, предполагает перенос элементов мира истории в пространство повседневной жизни аудитории.

4. Построение мира истории. Конструирование Вселенной истории, сюжет может постоянно дополняться, развиваться, усложняя нарратив.

5. Серийность. Характеристика структуры трансмедийной истории, которая обладает свойством нелинейности, а отдельные ее элементы рассеяны по разным платформам. При этом каждая часть истории («серия») – самостоятельный отдельный элемент.

6. Субъективность. Наличие множества точек зрения, альтернативного взгляда, сопоставление разных позиций.

7. Перформативность. Организация особого взаимодействия с аудиторией по проявлению ее участия в создании трансмедийного повествования.

Д. Лонг, продолжая концепцию Г. Дженкинса, подчеркивал, что использование сторителлинга на разных медийных платформах стимулирует целевую аудиторию создавать коммуникацию и вовлекает потребителя во взаимодействие со всеми составляющими трансмедийного повествования [17]. Трансмедийный проект должен не только заинтересовать аудиторию, но и удержать ее внимание, привлечь к соучастию.

Трансмедийный сторителлинг, позволяющий собрать отдельные фрагменты в одну историю, все шире применяется в журналистской практике, причем не только при реализации крупномасштабных проектов (шоу, сериалы), но и в процессе создания информационного контента.

Освещение социально значимой темы предполагает максимально полный сбор сведений с целью предоставления аудитории необходимой информации о какой-либо общественно важной проблеме, а также ее мониторинг и исследование, выяснение причин и поиск путей решения, в том числе, с участием граждан. Такие материалы должны разъяснять ситуацию, снимать напряженность, предотвращать возможную панику. Любое новостное сообщение потенциально может быть расширено за счет предыстории, статистики, деталей и подробностей, а также мнений и личных историй героев, комментариев экспертов и т. п. В условиях непрерывного информирования о текущем положении дел конкретная новостная заметка быстро теряет актуальность, поэтому сообщение о случившемся событии, как правило, сразу же дополняется следующими материалами, и таким образом формируется непрерывный новостной нарратив.

С. А. Бозрикова описывает нарратив как «... явление, характеризующееся сочетанием свойств журналистики и художественной литературы в одном произведении: с одной стороны, журналистские нарративы затрагивают социально значимые темы, отличаются фактографической точностью излагаемой информации, которая добывается посредством погружения журналиста в описываемые события; с другой стороны, они представляют увлекательные истории, написанные живым языком, с драматическим сюжетом, в которых явно звучит голос автора» [18, с. 183].

При освещении продолжающихся событий, процессов, проблемных ситуаций журналистам не-

обходимо постоянно актуализировать информацию, продолжая и дополняя нарратив, используя при этом все возможные платформы. Поэтому для достижения полного информирования аудитории по социально значимым темам все чаще применяются приемы трансмедийного сторителлинга.

Изучение контента регионального медиахолдинга «Первый областной» позволило выявить приемы трансмедийного сторителлинга как в отдельных масштабных проектах (например, телепроект «Лица», акция «ОТВ помогает»), так и в освещении текущих событий. В рамках данного исследования проанализировано освещение такой социально значимой темы, как природные пожары на юге Челябинской области в июле 2021 года. В результате пожаров серьезный урон нанесен двум населенным пунктам Карталинского района – поселкам Джабык и Запасное, где многие жители остались без жилья. Ситуация освещалась во всех областных СМИ, а также и в федеральных. На региональном уровне наиболее полно и подробно эта тема представлена на площадках медиахолдинга «Первый областной», в состав которого входят телеканал ОТВ, информационное агентство «Первое областное» и другие СМИ.

Социально значимый характер тема природных пожаров приобрела в связи с такими ее особенностями, как: угроза жизни людей, серьезный материальный ущерб (сгорели дома, люди потеряли имущество, уничтожены гектары леса), помощь погорельцам в восстановлении документов и имущества, а также строительство новых домов (решение социальных проблем), внимание «первых лиц» (с самого начала ситуация находилась под контролем губернатора Челябинской области А. Л. Текслера, а также президента РФ В. В. Путина). Все это определило не только социальный характер темы, но и ее «долгую» актуальность и регулярное освещение.

Для данного исследования отобраны все материалы о лесных пожарах в Карталинском районе и ликвидации их последствий, вышедшие в телеэфире, на сайте и в социальных сетях с 8 июля по 10 сентября 2021 года. Проанализированы следующие медиаплатформы: эфир телеканала ОТВ, онлайн-телевидение (1obl.tv), сайт медиахолдинга ОТВ – информационное агентство «Первое областное» (1obl.ru) и его аккаунты в социальных сетях «ВКонтакте» и Facebook, а также Telegram-канал 1obl.ru.

Всего было рассмотрено 298 материалов: 30 телесюжетов, 22 видеоматериала онлайн-телевидения, 103 публикации на сайте 1obl.ru, 38 постов в аккаунте ИА «Первое областное» в социальной сети «ВКонтакте» и 11 – в социальной сети Facebook, 94 сообщения в Telegram-канале 1obl.ru.

Освещение темы началось 8 июля с сообщения о возгорании в Карталинском районе, а 9 июля пожары дошли до населенных пунктов Джабык и Запасное, откуда эвакуировали жителей. Погиб один человек, сгорело более 70 домов. С первых дней после тушения пожаров велась работа по оказанию

помощи погорельцам и ликвидации последствий стихии. Таким образом, повествование можно разделить на следующие этапы: начало природных пожаров в Карталинском районе; пожары и их тушение в населенных пунктах; оценка ущерба и первая помощь погорельцам; обсуждение и реализация мер поддержки со стороны властей; строительство новых домов, восстановление инфраструктуры; заселение погорельцев в новые дома. Количество материалов на каждом этапе разное, это обусловлено, в первую очередь, значимостью событий: о распространении пожара материалов больше, чем, например, о восстановлении лесного фонда. Это связано с «естественной» сенсационностью информационного повода – наступлением огненной стихии.

В развитии повествования прослеживаются характерные признаки сторителлинга: завязка (яркое начало – масштабный природный пожар), стремительное развитие событий (пожар был верховым и распространялся очень быстро), кульминация (огонь в населенных пунктах), развязка (тушение пожара, ликвидация последствий).

Присутствует и такой признак сторителлинга, как драматизм, так как это история о борьбе с опасной стихией. Сопереживание аудитории вызывают судьбы героев – людей, потерявших в огне дома и имущество.

Регулярность и длительность (два месяца) освещения темы позволяют сделать вывод о том, что реализованы такие свойства трансмедийного сторителлинга, как серийность (деление на отдельные фрагменты – отдельные материалы) и непрерывность (систематическое информирование). Больше всего материалов вышло в Telegram-канале и на сайте информагентства 1obl.ru.

Жанровое своеобразие рассмотренных медиатекстов заключается в их преимущественно новостном характере: в основном это информационные жанры (заметка, информационный сюжет, отчет, репортаж, пользовательское видео с места событий). После ликвидации пожара выходили аналитические материалы (корреспонденция, интервью, беседа), посвященные выяснению причин произошедшего, оценке масштабов, обсуждению мер помощи погорельцам.

Ключевой прием трансмедийного сторителлинга – расширение повествования на разных платформах – часто применялся при освещении темы пожаров. Размещение информации на нескольких медиаплатформах позволило холдингу «Первый областной» максимально задействовать все каналы доставки контента, повысив эффективность вовлечения аудитории. Например, наиболее оперативно информация появлялась в Telegram-канале. По ссылке в сообщении можно перейти на сайт ИА «Первое областное», где информация представлена более подробно. В заметках на сайте обязательно присутствуют гиперссылки на материалы по теме (предыстория, подробности). Также через сайт можно выйти

на страницу телеканала ОТВ и посмотреть телесюжет. Важно отметить, что в рассмотренных материалах (сайт, телеэфир, онлайн-ТВ и Telegram-канал) не встречались одинаковые материалы, каждый текст, сюжет создавались с учетом размещения на конкретной медиаплатформе. Весь массив материалов на сайте связан системой гиперссылок: на тексты сайта, телесюжеты и трансляции онлайн-ТВ.

Расширение контента посредством социальных сетей происходило не в полной мере. Есть уникальные посты, не повторяющие содержание сайта и телеэфира, однако значительная часть публикаций в аккаунтах медиахолдинга – это материалы ИА «Первое областное» и телеканала ОТВ. Таким образом, принцип взаимодополнения платформ реализован не в полной мере.

Свойство перформативности (соучастие аудитории) в материалах о пожарах представлено достаточно полно. С первого дня возникновения пожаров СМИ медиахолдинга в своих материалах активно применяли пользовательский контент – видео очевидцев с места событий. Это позволило оперативно передать информацию, использовать уникальные кадры, а также повысить доверие аудитории, представив факты непосредственно от свидетелей событий.

Соучастие аудитории проявилось и в такой немедийной форме, как социальная акция. Журналисты медиахолдинга в первые дни после пожаров организовали сбор необходимых вещей для погорельцев. Неравнодушные челябинцы приносили помощь в редакцию, а затем журналисты доставили ее пострадавшим. Об акции сообщали в телеэфире, на сайте, в социальных сетях. Объем вещей, принесенных в редакцию, был настолько большим, что спустя три дня организаторы объявили о ее окончании. Примечательно, что именно материал об акции стал самым просматриваемым и читаемым. Это острая колонка И. Голлай о том, что многие люди приносили старые, непригодные вещи. В социальной сети «ВКонтакте» у этого материала свыше 141 тысячи просмотров, 133 оценки «нравится», 49 человек поделились постом. Для сравнения, пост о текущей обстановке в охваченных огнем поселках насчитывает около 5,4 тысячи просмотров, 41 отметку «нравится» и 12 репостов.

Субъективность как свойство трансмедийного сторителлинга, предполагающее рассказ истории через множество разных точек зрения, представлено в ряде материалов. Это непосредственно репортажи корреспондентов, рассказы погорельцев, пожарных, мнения экспертов, представителей власти, истории волонтеров, занимающихся помощью пострадавшим. Однако для более полного информирования в этой части следовало чаще применять пользовательский контент.

Таким образом, при освещении масштабной темы пожаров на юге Челябинской области и ликвидации их последствий в материалах медиахолдинга «Первый

областной» применены такие приемы трансмедийного повествования, как: расширение (мультиплатформенность), непрерывность и серийность, субъективность, перформативность (соучастие пользователей). Это позволило представить максимально полную картину происходящего, оперативно информировать аудиторию, акцентируя внимание на различных нюансах. Особое значение применение приемов трансмедийного повествования приобретает в контексте реализации социальных функций журналистики, так как предполагается соучастие аудитории.

Выводы

Изучение приемов трансмедийного сторителлинга в работе региональных СМИ на примере медиахолдинга «Первый областной» позволяет сделать вывод об актуальности проведенного исследования. Трансмедийный сторителлинг все чаще применяется в современной журналистской практике, однако его потенциал пока реализуется не в полной мере.

Анализ цикла материалов медиахолдинга «Первый областной» о природных пожарах в Челябинской области летом 2021 года позволил выявить приемы трансмедийного сторителлинга, применяющиеся в освещении социально значимых тем. Исследование показало, что использование приемов сторителлинга в процессе новостного информирования целесообразно при условии подходящей темы, которая должна обладать социальной значимостью, масштабностью, необычностью, долгой актуальностью, драматизмом. Совокупность множества материалов по конкретной теме формируется в новостной нарратив, который последовательно разворачивается на протяжении долгого времени. Такое повествование может быть эффективно реализовано в условиях трансмедийности, когда задействованы разные медиаплатформы.

При освещении природных пожаров на медиаплатформах холдинга «Первый областной» комплекс приемов трансмедийного повествования был применен частично. В первую очередь, стоит отметить прием расширения повествования. Установлено, что на основных площадках (сайт, телеканал) материалы отличаются, дополняя общую историю, в то время как в социальных сетях значительная часть публикаций – контент сайта и телесюжеты.

Процесс освещения темы природных пожаров обладает признаками непрерывности и серийности, что позволило рассмотреть комплекс материалов как трансмедийный продукт.

Свойство перформативности, предполагающее соучастие аудитории, проявлено как на медийном (видео пользователей, комментарии, реакция на сообщения), так и на немедийном уровне (сбор вещей для погорельцев).

Однако потенциал трансмедийного сторителлинга использован не в полной мере: аудитория недостаточно активно включалась в создание и распространение контента, некоторые части истории

дублировались, не всегда учитывались сильные и слабые стороны каждой медиаплатформы.

Тем не менее можно сделать вывод о том, что применение приемов трансмедийного сторителлинга в деятельности региональных СМИ в процессе освещения социально значимых тем перспективно, так как открывает новые возможности представления контента и взаимодействия с аудиторией, способствуя решению социальных проблем и повышению эффективности функционирования редакции в условиях конкуренции в глобальном медиaprостранстве.

Литература

1. Фадеева, О. А. Сторителлинг как символическая информационно-коммуникативная технология / О. А. Фадеева. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-simvolicheskaya-informatsionno-kommunikativnaya-tehnologiya> (дата обращения: 01.08.2021).
2. Kinder, M. Playing with power in movies, television, and video games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles / M. Kinder. – Berkeley : Univ. of California Press, 1991. – 277 p.
3. Jenkins, H. Transmedia Storytelling / H. Jenkins // Technology review. – 2003. – January 15. – URL: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/> (дата обращения: 23.08.2021).
4. Scolari, C. A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production / C. A. Scolari // International Journal of Communication. – 2009 – Vol. 3. – P. 586–606.
5. Long, G. Transmedia storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company / G. Long. – URL: <http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/39152> (дата обращения: 27.08.2021).
6. Phillips, A. A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms / A. Phillips. – McGraw-Hill Education, 2012. – 288 p.
7. Pratten, R. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners / R. Pratten. – Seattle : CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015. – 224 p.
8. Gambarato, R. Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations / R. Gambarato // Baltic Screen Media review. – 2013. – Vol. 1. – P. 84–85.
9. Соколова, Н. Л. Трансмедиа и «Интерпретативные сообщества» / Н. Соколова // Международный журнал исследований культуры. – 2011. – № 3 (4). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transmedia-i-interpretativnye-soobshchestva> (дата обращения: 05.08.2021).
10. Гамбарато, Р. Р. Панорама российских трансмедиа: опыт картирования мультиплатформенных инициатив / Р. Р. Гамбарато, Е. Г. Лапина-Кратасюк, О. В. Мороз // Шаги/Steps. – 2017. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/panorama>

rossiyskih-transmedia-opyt-kartirovaniya-multiplatformennyh-initsiativ (дата обращения: 19.08.2021).

11. Пильгун, М. А. Transmedia Storytelling: перспективы развития медиатекста / М. А. Пильгун // Медиаскоп. – 2015. – № 3. – URL: <http://www.mediascope.ru/1773> (дата обращения: 19.08.2021).

12. Красавина, А. В. Сторителлинг как журналистская дисциплина: проблемы и перспективы преподавания / А. В. Красавина // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 4. – С. 133–137.

13. Анюхина, А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и digital storytelling в сетевых медиа / А. М. Анюхина // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 2. – С. 146–150.

14. Грушевская, В. Ю. Применение метода цифрового сторителлинга в проектной деятельности учащихся / В. Ю. Грушевская // Педагогическое образование в России. – 2017. – № 6. – С. 38–44.

15. Jenkins, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide / H. Jenkins. – New York : NYU Press, 2008. – 368 p.

16. Jenkins, H. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling / H. Jenkins. – URL: http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html (дата обращения: 10.08.2021).

17. Красий, Л. А. Роль трансмедийных технологий в интернет-коммуникации / Л. А. Красий // Молодой исследователь Дона. – 2017. – № 4 (7). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-transmediynyh-tehnologiy-v-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 31.08.2021).

18. Бозрикова, С. А. История нарративной журналистики в России / С. А. Бозрикова // Русский след в нарратологии : материалы Международной научно-практической конференции. – Балашов, 2012. – С. 183–193.

Булаева Мария Николаевна – преподаватель кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), e-mail: bulaevamn@susu.ru. ORCID 0000-0002-6980-0618

Поступила в редакцию 27 сентября 2021 г.

DOI: 10.14529/ssh210411

TRANSMEDIA STORYTELLING TECHNIQUES IN THE COVERAGE OF SOCIALLY IMPORTANT ISSUES (CASE STUDY «FIRST REGIONAL» MEDIA HOLDING)

M. N. Bulaeva

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

The research centers around the urgent issue of transmedia storytelling application in the coverage of socially significant topics. Media editors implement new tools of creating and presenting information, while expanding social interaction with the audience via new media platforms under the conditions of media space transformation due to the development of information-and-communication technologies, digitalization, acceleration of mass information flows, changes in media consumption. Transmedia storytelling, i. e. narration based on multiple media platforms, is an advanced technology of communication that emerges in today's media space. The research considers and describes different approaches to the interpretation of the «transmedia storytelling» concept and identifies its techniques. Transmedia storytelling techniques are determined to be actively implemented in the daily practice of media editors, including the Russian regions' editorial offices. The aim of the article is to examine the techniques of transmedia storytelling in the coverage of socially significant issues in the regional media. The empirical basis for the research is the media holding of Chelyabinsk region «First Regional». The author investigates the technologies of transmedia storytelling on the holding's key media platforms – OTV channel, 1Obl.TV online broadcasting portal, the website of the information agency «First Regional» and its accounts in social networks, Telegram-channel – as a case study of natural disaster coverage: wildfire in the Chelyabinsk region in the summer of 2021. The analysis of extensive materials allows identifying the specificities of storytelling, based on narration focused on a socially significant problem – fires in settlements and their consequences. Such narration, based on several media

platforms, is taking on the attributes of transmedia, which allows the editors fully, appropriately and promptly informing the audience about the emergency, presenting different points of view how to solve the problem, making the issue of fire safety extremely relevant. The study of content, thematic and genre aspects of the materials as well as structural and functional characteristics of media platforms has identified the most efficient techniques of transmedia storytelling and revealed the problems of its implementation.

Keywords: journalism, media, transmedia storytelling, socially significant issues.

References

1. Fadeeva O.A. Storitelling kak simbolicheskaya informatsionno-kommunikativnaya tekhnologiya [Storytelling as a Symbolic Information and Communication Technology]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-simbolicheskaya-informatsionno-kommunikativnaya-tehnologiya> (data obrashcheniya: 01.08.2021).
2. Kinder M. *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: Univ. of California Press, 1991. 277 p.
3. Jenkins H. Transmedia Storytelling / H. Jenkins // *Technology Review*. 2003. January 15. URL: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/> (data obrashcheniya: 23.08.2021).
4. Scolari C.A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production // *International Journal of Communication*. 2009. Vol. 3. P. 586–606.
5. Long G. Transmedia storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company. URL: <http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/39152> (data obrashcheniya: 27.08.2021).
6. Phillips A.A. *Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms*. McGraw-Hill Education, 2012. 288 p.
7. Pratten R. *Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners*. Seattle: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015. 224 p.
8. Gambarato R. Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations // *Baltic Screen Media review*. 2013. Vol. 1. P. 84–85.
9. Sokolova N.L. Transmedia i «Interpretativnye soobshchestva» [Transmedia and «Interpretive Communities»] // *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury*. 2011. № 3 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transmedia-i-interpretativnye-soobshchestva> (data obrashcheniya: 05.08.2021).
10. Gambarato R.R., Lapina-Kratasyuk E.G., Moroz O.V. Panorama rossiyskikh transmedia: opyt kartirovaniya mul'tiplatformennykh initsiativ [Panorama of Russian Transmedia: an Experience of Mapping multi-Platform Initiatives] // *Shagi/Steps*. 2017. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/panorama-rossiyskikh-transmedia-opyt-kartirovaniya-multiplatformennykh-initsiativ> (data obrashcheniya: 19.08.2021).
11. Pil'gun M.A. Transmedia Storytelling: perspektivy razvitiya mediateksta [Transmedia Storytelling: Prospects for the Development of Media Text] // *Mediascope*. 2015. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/1773> (data obrashcheniya: 19.08.2021).
12. Krasavina A.V. Storitelling kak zhurnalistskaya distsiplina: problemy i perspektivy prepodavaniya [Storytelling as a Journalistic Discipline: Problems and Perspectives of Teaching] // *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 2017. № 4. S. 133–137.
13. Anyukhina A.M. Fenomen mul'timediynogo longrida i digital storytelling v setevykh media [The Phenomenon of Multimedia Longread and Digital Storytelling in Network Media] // *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 2017. № 2. S. 146–150.
14. Grushevskaya V.Y. Primenenie metoda tsifrovogo storitellinga v proektnoy deyatel'nosti uchashchikhsya [Application of the Digital Storytelling Method in the Project Activities of Students] // *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii*. 2017. № 6. S. 38–44.
15. Jenkins N. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2008. 368 p.
16. Jenkins H. *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling*. URL: http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html (data obrashcheniya: 10.08.2021).
17. Krasiy L.A. Rol' transmediynykh tekhnologiy v internet-kommunikatsii [The Role of Transmedia Technologies in Internet Communication] // *Molodoy issledovatel' Dona*. 2017. № 4 (7). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-transmediynykh-tehnologiy-v-internet-kommunikatsii> (data obrashcheniya: 31.08.2021).
18. Bozrikova S.A. Istoriya narrativnoy zhurnalistiki v Rossii [History of Narrative Journalism in Russia] // *Russkiy sled v narratologii: materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Balashov, 2012. S. 183–193.

Maria N. Bulayeva – lecturer of Department of Journalism, Advertising and Public Relations, South Ural State University (Chelyabinsk), e-mail: bulaevamn@susu.ru

Received September 27, 2021

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Булаева, М. Н. Приемы трансмедийного сторителлинга в освещении социально значимой темы (на примере медиахолдинга «Первый областной») / М. Н. Булаева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2021. – Т. 21, № 4. – С. 92–99. DOI: 10.14529/ssh210411

FOR CITATION

Bulayeva M. N. Transmedia Storytelling Techniques in the Coverage of Socially Important Issues (Case Study «First Regional» Media Holding). *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2021, vol. 21, no. 4, pp. 92–99. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh210411
