

ЦИФРОВОЙ СТОРИТЕЛЛИНГ И МИКРОНАРРАТИВЫ — НОВЫЕ ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО ОПЫТА И КОЛЛЕКТИВНОГО ТВОРЧЕСТВА

А. А. Лисенкова¹

¹ Пермский государственный институт культуры
614000, Россия, Пермь, ул. Газеты «Звезда», 18
Поступила в редакцию 09.12.2020 г.
doi: 10.5922/2225-5346-2021-2-3

Проанализировано влияние цифровых технологий на способы повествования. Создавая новые информационные потоки персонализированных историй с открытыми сюжетными линиями в пространстве виртуальной медиасреды, автор разделяет процесс создания истории с другими участниками цифрового мира. Под влиянием гипертекстовой системы перекрестных ссылок трансформируются способы взаимодействия автора и аудитории, а каждый участник данного процесса выступает не только создателем, но и соавтором множества повествований. Сами же нарративы, транслирующие персонализированное оценочное (часто псевдоэкспертное) мнение в публичное пространство, приобретают всё большую эмоциональную окраску в ущерб содержанию. Бесконечно увеличивая информационный поток и погружая всех его участников в интерактивный мир эмоциональных коллективных метанарративов собранных из осколочных фрагментов индивидуальных историй, пользователи формируют единый цифровой контент. Маркируя свои рассказы, они соотносят их с большими тематическими кластерами однородной информации, включают свой индивидуальный опыт в единое пространство коллективного повествования. Находясь в процессе постоянного сотворчества, пользователи конструируют свой виртуальный мир, наполняя его микронарративными историями коллективного творчества, в последующем самостоятельно живущими в цифровом пространстве. Таким образом, искусственно созданная виртуальная информационная среда постоянно умножается за счет воспроизводства гипертекстуальных историй всеми участниками сторителлинга и в результате начинает воспроизводить сама себя.

Ключевые слова: сторителлинг, повествование, цифровизация, коммуникации, творчество, нарратив, мультимедиа, гипертекст, интерактивность

В последние годы в гуманитарных науках наблюдается период повышенной рефлексии, связанной с осмыслением и прогнозированием влияния цифровых технологий и виртуальных медиаресурсов на современного человека. Резкий технологический рост действительно оказал существенное влияние на трансформацию способов коммуникации, идентификации, репрезентации, выступив стимулом для появления новых форм взаимодействия человека с окружающим миром. В данном отношении развитие цифровых технологий стало стимулом развития но-



вых видов повествований, переводя их в публичную плоскость и создавая новые информационные потоки в заданных виртуальной средой контенттах.

Рассказы, легенды, мифы, истории и изображения всегда были неотъемлемой частью культуры человека начиная с наскальных рисунков и заканчивая цифровой фотографией, подкастами и лонгридами. Вместе с тем сегодня привычные для нас способы взаимоотношений автора и читателя, создателя и пользователя меняются под влиянием все более расширяющейся гипертекстуальной цифровой медиасреды.

Данные изменения прогнозировали М. Фуко, У. Эко, Ж.-Ф. Лиотар, Р. Барт, Ю. Кристева, говорившие, что диалог читателя с автором все более будет становиться игрой. В результате этой игры «читатель не сможет использовать текст так, как ему самому хочется, но лишь так, как текст хочет быть использованным», утверждает Умберто Эко (Эко, 2005, с. 254). Сегодня эта игра приобретает новые масштабы и формы в виртуальном пространстве новых медиа, где каждый пользователь в любительском творчестве воспроизводит свою собственную гипертекстуальную и гипервизуальную реальность в процессе цифрового сторителлинга.

Цифровой сторителлинг — способ повествования, опосредованный виртуальными медиатехнологиями. Он может включать в себя гипертекст, блоги и влоги, аудио- и видеоподкасты, нарративные онлайн-игры, веб-трансляции и сторис, фактически любые форматы историй, создаваемые и транслируемые в цифровой среде.

Авторы цифрового повествования выступают сегодня в роли метаавторов, производящих контент, пространство и хронологию рассказа, погружая своего зрителя / читателя в интерактивный мир удивительных высокотехнологичных историй с эффектом соприсутствия, соучастия и сотворчества. При этом каждый пользователь вносит свой вклад в конструирование сюжета, а пространство нарратива образуется уже «не вокруг фигуры автора, как было в предшествующие эпохи, а вокруг фигуры читателя-пользователя» (Еникеев, 2016, с. 867). Таким образом, именно пользователь становится новым участником и соавтором развития нарратива.

Очевидно, что современные цифровые нарративные практики все более приобретают сходные черты с ризомной структурой, пребывая в горизонтальном поле умножения авторских смыслов каждым последующим пользователем, во множестве персонализированных микроисторий. Практически любой участник цифрового сторителлинга становится актором единого воображаемого и постоянно расширяющегося интерактивного пространства. Персонализированная авторская функция в данном процессе практически растворяется в анонимном дискурсе большого количества участников с различными точками входа во все более разрастающемся нарративе. Вместе с тем благодаря самокатегоризации и маркированию цифровые микронарративы соединяются в тематические кластеры однородной информации, создающие всеобъ-



емлющее пространство новых смыслов и символов, а их авторы получают статус цифровых медиумов для больших аудиторий слушателей и пользователей цифрового мира, интегрируя свой персональный опыт в единое информационное пространство глобальной сети. В результате постоянного соединения персональных историй индивидуализация, заложенная в изначальный текст, размывается и приобретает черты коллективной публичной истории с отсутствием единого авторства, в полной мере олицетворяя идею «смерти автора» Ролана Барта (Барт, 1989). Таким образом цифровой нарратив, растиражированный различными медийными сервисами, становится достоянием «многих» и живет своей, оторванной от автора, жизнью.

Каждый пользователь виртуального цифрового мира вносит свой уникальный вклад в повествование, добавляя новые части информации, элементы и изображения в единый интерактивный текст и создавая новые социальные структуры и сообщества. Так, для обозначения возникающих новых социальных структур, позволяющих производить и распространять в рамках новых сетевых сообществ информацию в лоне единого повествования, французский философ Пьер Леви ввел обозначение «коллективный интеллект» (Lévy, 2001), выступающий аттрактором, объединяющим единомышленников вокруг единой темы. Данные сообщества создают свою историю в рамках коллективного сетевого творчества, опосредованного мультимедийными платформами в потоке цифрового сторителлинга.

Цифровой сторителлинг принципиально отличается от других привычных форм производства нарративов подходами к распространению контента и созданию сюжетных линий. В связи с тем, что информация в цифровом формате становится дробной, интерактивной и разделяется изображениями, эмодзи, коррелируя с видео- и часто звуковым рядом, она направлена не на фокусирование внимания читателя, а, наоборот, на максимальное расфокусирование за счет вовлечения различных медиаресурсов. Соединяя фрагменты цифрового нарратива на различных платформах, человек выступает как активный участник обширного «трансмедийного сторителлинга» (Дженкинс, 2019, с. 17) разворачивающегося перед ним практически бесконечное пространство миров и растиражированных коммерческих франшиз. Трансмедийный сторителлинг (transmedia storytelling) фактически представляет собой мультиавторское повествование в мультиплатформенном формате, создаваемое как гипертекстовый интерактивный, постоянно пополняемый «за счет заполнения заранее созданных в нем пространств для интерпретаций» (Jenkins, 2011, с. 46) проект. Он реализуется в виртуальном пространстве согласно маркетинговым законам создания, развития и продвижения бренда, направленного на репрезентацию каждого участника цифрового повествования.

Привлекательность цифровых рассказов заключается в личных историях и эмоционально окрашенных переживаниях. «Это не просто интеллектуальное упражнение, а часть личного, очень эмоционального переживания» (Макки, 2013, с. 16), соединенная в единое пространство



коллективного метанарратива. При этом каждый участник может играть свою роль в цифровом спектакле, иногда реализуя различные аспекты из своей повседневной жизни либо выстраивая вымышленные сюжеты.

Нужно отметить, что нарратив является общей чертой многих повествований, структурно варьируясь в зависимости от заданной цели и аудитории и определяя каркас всего рассказа. В то же время в рамках цифрового повествования необходимо выстраивать интерактивную повествовательную структуру с вариативностью сюжетных линий превращая тем самым даже самые скучные темы в увлекательную историю и вовлекая все больше пользователей в созданный мир.

В поисках расширяющихся сюжетных линий пользователи словно «становятся охотниками и собирателями, перемещаясь назад через различные нарративы, пытаясь сшить воедино связную картину из рассеянной в различных медиа информации» (Jenkins, 2007). Этот процесс приобретает лавинообразный характер и все более умножает гипертекстовое интерактивное пространство.

Виртуальная гипертекстовая среда постоянно пополняется новыми историями и новыми смыслами, этот феномен интерактивного пополнения и умножения нарративов Ч. Дженкинс определил как культуру цифрового соучастия (participatory culture). Он акцентирует внимание на социальных аспектах новых цифровых медиатехнологий, способных оказывать влияние на аудиторию, программируя ее, рассказывая и визуализируя различные истории, вовлекая в их создание все большее число пользователей и расширяя масштаб и спектр медиаплатформ.

Анализируя методы повествования, создания и распространения цифровых нарративов, можно сделать вывод о том, что современный цифровой сторителлинг основывается на кинематографических приемах и техниках повествования. Вместе с тем интерактивность и гипертекстуальность виртуального пространства привнесли особенные черты в процесс изложения, сделав его максимально фрагментированным и модульным, в отличие от линейного повествования кинематографа. Цифровые истории могут развиваться с любого момента в связи с тем, что точка входа каждого из участников не может быть определена заранее. Многие истории цикличны, перенимая сериальные механизмы создания сюжетов, а темы заимствуются в популярной литературе и кинематографе, вторя голливудским сюжетам и героям.

Поиск участников (соавторов) повествования для каждой цифровой истории является уникальной авторской стратегией, направленной на развитие и продвижение темы. Особой чертой таких сюжетных линий становится создание специальных триггеров, расстановка смысловых акцентов и развилок в сюжетных хитросплетениях для максимально широкого вовлечения различных групп участников в пространство повествования.

Концептуальное наполнение сторителлинга направлено также на максимально открытые сюжетные линии с возможностью расширять и дополнять каждый элемент и фрагмент повествования, детализируя его и достраивая собственные нарративы. Основной принцип построе-



ния таких фрагментов заключен в максимальной визуализации сюжетных развилок с целью стимулировать других пользователей заполнять вокруг заданной темы смысловые лакуны, «которые специально программируются в проект для того, чтобы эти места занимали пользователи, чтобы они начинали развивать контент самостоятельно, чтобы они начинали производить то, что, может, инициатор проекта и не имел в виду» (Сумская, 2016, с. 119). Сочетая мультимедийные элементы, такие как видео, изображения, анимация и GIF-файлы, интерактивный контент, каждый участник повествования может рассказывать более захватывающие истории и нелинейно развивать любые темы. Таким образом, история, чтобы состояться, должна быть рассказана коллективно и не только рассказана, но и структурирована, содержать множество возможностей для интерактивного взаимодействия с ее участниками.

Однако невозможно создать некий универсальный текст или медийный продукт для всеобщего потребления. Любой продукт, который будет обсуждаться, которым будут восхищаться или который будут критиковать, должен быть изначально устроен таким образом, чтобы в его концепцию уже были вписаны другие активные участники, а аудитория была спрогнозирована и определена изначально.

Сторителлинг позволяет «очеловечить» сложный современный цифровой мир, наполнить его живыми эмоциональными историями микронарративов в противоположность большим нарративам, переживающим, как утверждает Лиотар, кризис своего существования. Он фактически возвращает человека в дописьменную эпоху, создавая иллюзию близости, безопасности, акцентируя синкретизм восприятия и апеллируя к эмоциональному восприятию иррациональности реакций.

Таким образом, перед нами разворачивается противоречивая картина создания и освоения интерактивного цифрового пространства, где в лавинообразном потоке информации человек оказывается адресатом и одновременно автором множества сообщений. В бесконечном выборе нового, прочтении фрагментов, создании микротекстов он оказывается открыт перед всеми участниками виртуального пространства.

В потоке постоянно умножаемого цифрового контента появляются множественные, дополняющие друг друга, где-то пересекающиеся или нет, структуры информации, взаимодействующие на разных уровнях. В результате они создают мозаику, в которой гипертекст оказывается адекватным эластичным элементом, позволяющим всем участникам самоопределиться в обстоятельствах постоянных трансформаций и умножений информационных потоков. В границах сторителлинга каждый может обрести и транслировать свое повествование, интерпретируя события и нарративы в соответствии со своими представлениями об окружающем мире. В рамках цифровых повествований вырабатываются новые формы визуализации, а «взаимодействие с объектами виртуального пространства диктуют умения и законы восприятия особого визуального языка, который обладает своими особенностями, являясь многомерным по своей сути» (Мошкина, 2014, с. 113). В итоге



каждый участник сторителлинга выступает пользователем, читателем и автором одновременно, презентуя себя виртуальному миру в серии емких красочных образов.

Производство контента позволяет не просто участвовать в создании собственной виртуальной реальности, но проявлять себя и идентифицировать себя перед самим собой и в рамках некоего виртуального сообщества. Символическая, постоянно расширяющаяся, искусственно созданная виртуальная социальная реальность, которая рождается в процессе производства и воспроизводства гипертекста каждым из участников сторителлинга, по мере развития самого автора трансформируется и воспроизводит саму себя.

Современный человек, таким образом, самостоятельно конструирует свой собственный виртуальный мир с удобным, понятным и привлекательным наполнением. Являясь производителем и потребителем близкого для себя контента, пользователь сети фактически закрывает себя в информационном, коммуникационном и культурном ценностно приемлемом коконе. Опираясь содержанием и средствами создания и распространения гипертекста, он совершает коммуникативный акт, способствуя «образованию в виртуальной реальности некоего общего смысла — ценностно-когнитивного мира личности, пребывающей в этой реальности» (Орехов, 2002, с. 98).

Цифровой сторителлинг превращает жизнь пользователей в постоянное сотрудничество, позволяя соединить в одном повествовании креативность, экспертность, публичность, эмоциональность и интерактивность. Развитие цифровых историй требует от авторов постоянного самосовершенствования и поиска новых подходов и решений для удержания своей аудитории и активного ее включения в создание контента. Эти тенденции становятся катализатором, вызывающим изменения и переход любительства в полупрофессиональное творчество. Интерактивные повествования стимулируют активность всех участников, вовлекают в дискуссию, сотворчество, стимулируют самовыражение и заставляют проявить себя.

Таким образом, производство цифровых историй в сетевой коллективной креативности становится все более востребованным форматом коммуникации и репрезентации персонального опыта, реализующим креативные потребности всех участников. Оно позволяет получить признание и аккумулировать культурный капитал, фактически формируя пространство для реализации свободы творчества.

Список литературы

Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика / пер. с фр. ; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М., 1989.

Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа / пер. с англ. А. В. Гасилина. М., 2019.

Еникеев А. А. Проблема чтения и письма в контексте поэтики и прагматики философского текста // Научный журнал КубГАУ. 2016. №122. С. 867–887.

Макки Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только / пер. с англ. М., 2013.

Мошкина О. В. Интернет как тренинг интерактивности // Вестник Бурятского государственного университета. 2014. №14-2. С. 111–114.



- Орехов С. И. Поиск виртуальной реальности : монография. Омск, 2002.
- Сумская А. С. Transmedia storytelling в маркетинговых PR коммуникациях // Вестник Челябинского университета. 2016. №13. С. 117 – 124.
- Эко У. Роль читателя: исследования по семиотике текста. СПб. ; М., 2005.
- Jenkins H. Transmedia Storytelling 101 [2007]. URL: http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html (дата обращения: 09.12.2020).
- Jenkins H. Transmedia storytelling and entertainment. An annotating syllabus // Continuum. Journal of Media & Cultural Studies. 2011. Vol. 24, №6. P. 43 – 58.
- Lévy P. Cyberculture. Minneapolis, 2001.

Об авторе

Анастасия Алексеевна Лисенкова, кандидат культурологии, доцент, Пермский государственный институт культуры, Россия.
E-mail: oskar46@mail.ru

Для цитирования:

Лисенкова А. А. Цифровой сторителлинг и микронарративы – новые формы репрезентации персонального опыта и коллективного творчества // Слово.ру: балтийский акцент. 2021. Т. 12, №2. С. 45 – 52. doi: 10.5922/2225-5346-2021-2-3.

DIGITAL STORYTELLING AND MICRO-NARRATIVES – NEW FORMS OF REPRESENTATION OF PERSONAL EXPERIENCE AND COLLECTIVE CREATIVITY

A. A. Lisenkova¹

¹ Perm State Institute of Culture
18, ul. Gazeta «Zvezda», Perm, 18614000,
Submitted on December 09, 2020
doi: 10.5922/2225-5346-2021-2-3

The article analyses the impact of digital technologies on storytelling. By creating new information streams of personalised stories with open storylines in the virtual media environment, the author shares the process of writing a story with other participants in the digital world. The interaction between the author and the audience is transformed under the influence of the hypertext system of cross-references. Each participant in this creative process acts not only as a co-creator, but also as a co-author of many narratives. The narratives, which translate personalized evaluative and often pseudo-expert opinions into the public space, are becoming increasingly emotional to the detriment of the content. Constantly increasing the information flow and immersing its participants in the interactive world of emotional collective meta-narratives composed of fragments of individual stories, the users build a single digital content. By labelling their stories, they relate them to large thematic clusters of homogeneous information, including their individual experiences in a single space of collective storytelling. Participating in the process of constant co-creation, users construct their own virtual world, filling it with micro-narrative stories of collective creativity, subsequently living independently in the digital space. The artificially created virtual information environment is constantly multiplying due to the reproduction of hypertextual stories by all participants of storytelling and, as a result, it begins to reproduce itself.

Keywords: storytelling, narrative, digitalization, communication, creativity, narrative, multimedia, hypertext, interactivity



References

- Barthes, R., 1989. *Izbrannye raboty: Semiotika: Poetika* [Selected works: Semiotics: Poetics]. Translated from French by G. K. Kosikov. Moscow (in Russ.).
- Eco, U., 2005. *Rol' chitatel'ya: issledovaniya po semiotike teksta* [The role of the reader: studies in the semiotics of the text]. St. Petersburg (in Russ.).
- Enikeev, A. A., 2016. The problem of reading and writing in the context of poetics and pragmatics of the philosophical text. *Nauchnyi zhurnal KubGAU* [Scientific Journal of KubGAU], 122, pp. 867–887 (in Russ.).
- Jenkins, G., 2019. *Konvergentnaya kul'tura. Stolknovenie starykh i novykh media* [Convergent culture. The clash of old and new media]. Translated from English by A. V. Gasilina. Moscow (in Russ.).
- Jenkins, H., 2007. *Transmedia Storytelling 101*. Available at: http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html [Accessed 9 December 2020].
- Jenkins, H., 2011. Transmedia storytelling and entertainment. An annotating syllabus. *Continuum. Journal of Media & Cultural Studies*, 24 (6), pp. 43–58.
- Lévy, P., 2001, *Cyberculture*. Minneapolis.
- McKee, R., 2013. *Istoriya na million dollarov: Master-klass dlya stsenaristov, pisatelei i ne tol'ko* [A Million Dollar Story: A Masterclass for Screenwriters, Writers and More]. Moscow (in Russ.).
- Moshkina, O. B., 2014. Internet as an interactivity training. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Buryat State University], 14 (2), pp. 111–114 (in Russ.).
- Orehov, S. I., 2002. *Poisk virtual'noi real'nosti: monografiya* [Search for virtual reality: monograph]. Omsk (in Russ.).
- Sumskaya, A. S., 2016. Transmedia storytelling in marketing PR communications. *Vestnik Chelyabinskogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk state University], 13 (395), pp. 117–124 (in Russ.).

The author

Dr Anastasia A. Lisenkova, Associate Professor, Perm State Institute of Culture, Russia.

E-mail: oskar46@mail.ru

To cite this article:

Lisenkova, A. A. 2021, Digital storytelling and micro-narratives – new forms of representation of personal experience and collective creativity, *Slovo.ru: baltic accent*, Vol. 12, no. 2, p. 45–52. doi: 10.5922/2225-5346-2021-2-3.