

Аліна МИСЕЧКО

СТОРИТЕЛІНГ **(Storytelling)**

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Аліна МИСЕЧКО

СТОРИТЕЛІНГ (Storytelling)

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

КИЇВ
2026

УДК 791.632:654.197](075.8)
М 64

Рекомендовано до публікації вченою радою
Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 9 від 3 березня 2026 р.)

Рецензенти:

В.В. Гоян, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри кіно- і телемистецтва Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

А.І. Литвиненко, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри кіно- і телемистецтва Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Т.А. Рогова, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики факультету журналістики Запорізького національного університету.

Мисечко А.О.

М 64 Сторителінг: навч. посібник. Київ: Навчально-науковий інститут журналістики, 2026. 130 с.

Навчальний посібник присвячено сторителінгу в кіно та на телебаченні. У виданні розглянуто процес створення аудіовізуального твору: від розробки багатовимірного характеру персонажа до побудови сюжетної лінії та цілісної драматургічної структури. Особливістю посібника є поєднання фундаментальних підходів класиків світового та українського кіномистецтва з новітніми напрацюваннями сучасних дослідників і практиків. Теоретичний матеріал ілюструється широким спектром кейсів, розроблених на основі фільмів, серіалів, сценаріїв і сюжетів. Посібник розроблено відповідно до навчальної програми для магістрів спеціальності В1 – «Аудіовізуальне мистецтво та медіавиробництво» з дисципліни «Сторителінг» (Storytelling), але він може бути також корисним для всіх студентів, викладачів, медійників та дослідників, які цікавляться мистецтвом створення екранних історій.

УДК 791.632:654.197(075.8)
© Мисечко А.О., текст, 2026
© Навчально-науковий інститут журналістики, 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. СТОРИТЕЛІНГ: ПОНЯТТЯ, ТИПОЛОГІЗАЦІЯ, СТРУКТУРИ	10
Поняття сторителінгу. Підходи і формати	10
Написання логлайну і синопсису	14
Класичні драматургічні структури: від Аристотеля до Фрейтага	16
Сучасні драматургічні моделі: від ABDCE Е. Адамс до Б. Снайдера	22
Запитання для самоконтролю	28
РОЗДІЛ 2. АРХІТЕКТУРА ІСТОРІЇ	29
Три виміри характеру: як створити об'ємного персонажа	29
П'ять запитань для створення динамічного образу	37
Драматургічний конфлікт: “хочу” проти “потребую”	39
Техніка побудови ефективної сцени	47
Запитання для самоконтролю	52
РОЗДІЛ 3. СТОРИТЕЛІНГ У ТЕЛЕВІЗІЙНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ	53
Структура сюжету	53
Способи досягнення залученості аудиторії	55
Мистецтво вдалого початку	57
Запитання для самоконтролю	59
РОЗДІЛ 4. ТРАНСМЕДІЙНИЙ СТОРИТЕЛІНГ У СУЧАСНОМУ МЕДІАВИРОБНИЦТВІ	60
Основні терміни та поняття	60
Світобудова як хребет всесвіту історій	61
Технологічна конвергенція та екосистеми	65
Нова роль аудиторії: колективний інтелект	67
Всюдисущість трансмедіа	69
Запитання для самоконтролю	70
РОЗДІЛ 5. НАЙПОШИРЕНІШІ ПОМИЛКИ ПРИ НАПИСАННІ ІСТОРІЙ	71
Специфіка роботи над помилками у кіносценаріях	71
Специфіка роботи над помилками у телесценаріях	72
Процес редагування та доопрацювання	75
Запитання для самоконтролю	79
ГЛОСАРІЙ	80
ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА	88
ДОДАТОК А.1	91
ДОДАТОК Б.1	101
ДОДАТОК Б.2	113
ДОДАТОК Б.3	119
ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК	126

ВСТУП

Сторителінг – це фундаментальний елемент передачі ідей, традицій і цінностей, який супроводжує нас із часів перших вогнищ. Від наскельних малюнків і повістей літописців людство пройшло шлях до цифрового трансмедійного сторителінгу, постійно змінюючи формати та технічні засоби реалізації. Сьогодні мистецтво розповідати історії системно використовується в політиці, релігії, журналістиці, маркетингу та корпоративних комунікаціях. Для режисера, сценариста, журналіста і кожного, хто має стосунок до створення аудіовізуального та текстового контенту важливо розуміти, що історія – це не просто розвага, а потужний інструмент для впливу на аудиторію, вирішення конфліктів, формування довіри чи просування важливих наративів. На телебаченні та в кіно майстерна історія може зачепити увагу аудиторію і втримати її до кінця, забезпечивши гучний успіх екранному твору.

Цей посібник охоплює шлях від початку роботи над проектом до його фінального редагування. Ми розглянемо структури побудови твору –зокрема класичну піраміду Фрейтага та сучасну модель написання сценаріїв Еліс Адамс ABDCE і зробимо це на прикладі аналізу практичних кейсів. Поговоримо про важливість створення живих сцен через деталізацію та принцип дії правила «покажуй, а не розповідай». Ми розглянемо різноманітні підходи до створення історій, з акцентами і на телебачення, і на кіно. Приділимо увагу і трансмедійному сторителінгу – творчому процесу, де ми не переказуємо ту саму історію в різних медіа, а створюємо нові, автономні фрагменти великого світу, Всесвіту, де кожна історія є самодостатньою, але всі вони мають спільну основу, і ми з'ясуємо на конкретних прикладах, як такі історії можна скласти у єдину систему.

Майбутні режисери, сценаристи та письменники, які прагнуть перетворити розрізнені події на цілісну та захопливу історію – чи то сюжет, сценарій, творчий аудіовізуальний проєкт, чи кіно, – отримають інструменти, як це реалізувати, і засвоять, що якісна історія має базуватися на чіткій структурі. Особлива увага буде приділена і типовим помилкам, які руйнують історію, таким, як відсутність емоцій, надмірна кількість сюжетних ліній або покладання на удачу. У посібнику приділено увагу перетворенню фактів на переконливу розповідь і в інформаційній, інформаційно-розважальній та розважальній журналістиці, зокрема в новинах (на прикладі сюжетів українського телебачення), і в мемуарах автора. Таким чином, цей навчальний посібник – це комплексний путівник для письменників-початківців, що відповідає на питання: як створити професійну історію, що запам'ятається глядачам?

У посібнику теоретичні концепти поєднано з практикою: фундаментальні поняття пояснюються на прикладах розбору конкретних практичних кейсів для кращого розуміння та засвоєння матеріалу. Такий підхід пояснюється комбінацією практичного досвіду роботи автора на телебаченні з його науковими напрацюваннями. Інформація про сторителінг на телебаченні ґрунтується на основі дисертаційних досліджень, про сторителінг у кіно – спирається на найсучасніший досвід українських та зарубіжних експертів кіноіндустрії. Частина посібника написано на основі сучасних англomовних відеокурсів Курсери (англ. Coursera) – однієї з найвідоміших міжнародних освітніх онлайн-платформ у світі, заснованої 2012 року професорами Стенфордського університету, яка дає доступ до міжнародних курсів і сертифікацій від топових університетів світу. Можливість використовувати у навчанні перекладені й адаптовані автором до українських реалій теле- та кіноіндустрії фрагменти освітніх відео цієї платформи позитивно впливає на засвоєння студентами нових знань і умінь, доповнює вивчення

сторителінгу, даючи студентам додаткові ефективні й сучасні інструменти для створення історій. Отже, у посібнику враховано міжнародний досвід вивчення мистецтва створення історій.

У посібнику взято до уваги підходи до наративу, які пропонують зокрема асистент професора творчого письма Весліанського університету Б. Скайхорс (США), викладач-практик Г. Берк з Наварського університету (Іспанія), професор С. Макінтир Університету Нового Південного Уельсу, (Австралія), запрошений науковець Весліанського університету С. Сайрафієзаде (США). На переконання автора, такий підхід з об'єднанням українського та зарубіжного контексту дозволяє створити різноплановість у вивченні мистецтва створення історій.

Мета цього посібника – допомогти кожному навчитися розповідати історію переконливо: або через екранне мистецтво у вигляді творчого проєкту чи фільму, або як привабливу частину промови, виголошеної в діловій ситуації, або ж через щоденний інформаційний матеріал, який за допомогою історії може перетворитися на мінікіно.

Цей посібник розроблено відповідно до навчальної програми для магістрів спеціальності ВІ – «Аудіовізуальне мистецтво та медіавиробництво» з дисципліни «Сторителінг» (англ. Storytelling), яка є англомовною. Саме тому у тексті можна часто зустріти дублювання термінів і понять англійською мовою. Це видання допомагає виконати завдання курсу: надати системне уявлення про принципи побудови історій у різних жанрах та медіасферах; сформувати уявлення про сторителінг як інструмент культурного та соціального впливу; розвинути креативні та сценарні навички студентів; навчити створювати сторителінг для різних форматів (текстових, візуальних, мультимедійних); стимулювати розвиток власних проєктів у сфері мистецтва, журналістики та медіа. Після ознайомлення з посібником студент

буде знати поняття сторителінгу, теорії наративу, вибудовування драматургії історії через екранних персонажів (архетипи) в теле- та кіноіндустрії; розпізнавати сторителінг у сценаріях та розуміти правила його втілення в кінопроєктах (на основі матеріалів з Coursera) та вмітиме зокрема критично аналізувати аудіовізуальний контент з позицій структури та драматургії історії; розробляти власні сценарії аудіовізуальних проєктів.

«Сторителінг» може бути корисним для усіх студентів, викладачів, журналістів та дослідників, які цікавляться мистецтвом створення й передачі історій, оскільки може доповнити чи актуалізувати дисципліни, у рамках яких вивчаються аспекти створення мистецьких розповідей. Для зворотного зв'язку і закріплення матеріалу читачами наприкінці кожного розділу є запитання для самоконтролю.

У результаті засвоєння запропонованої інформації студенти зможуть вільно продукувати історії різного характеру, обираючи для себе найбільш зручні та ефективні формули (структури) для створення контенту та застосовуючи описані у посібнику прийоми і лайфхаки на практиці.

РОЗДІЛ 1. СТОРИТЕЛІНГ: ПОНЯТТЯ, ТИПОЛОГІЗАЦІЯ, СТРУКТУРИ

Поняття сторителінгу. Підходи і формати

У цьому розділі ми ознайомимось із суттю понять сторителінг, логлайн, синопсис і сценарій, типами сторителінгу, а також розглянемо структуру кінотвору.

Сторителінг у кіно та на телебаченні давно вийшов за межі простого «розповідання історій» і став потужним інструментом впливу та комунікації. Перш ніж перейти до створення історій, пропонуємо комплексно розглянути це поняття. Спираючись на праці таких експертів, як Р. Маккі (англ. Robert McKee), Г. Дженкінс (англ. Henry Jenkins) та сучасних українських медіадослідників, можна вирізнити три основні підходи до сторителінгу: драматургічний, комунікаційний і технологічний.

1. Драматургічний підхід. Тут сторителінг — це мистецтво керування емоціями через структуру. За Р. Маккі, сторителінг — це спосіб організації подій у причинно-наслідковий ланцюг, який розкриває незворотні зміни в житті персонажа через конфлікт. Історія подається як метафора життя. Це не просто перелік подій («і тоді сталося це, а потім цес»), а дизайн часу та емоційного досвіду глядача.

2. Комунікаційно-маркетинговий підхід. Він популярний у телевізійному форматі та серіальному виробництві, наприклад, такий підхід діє на ТОВ «Новий канал». Сторителінг розглядається як інструмент утримання уваги. Тут сторителінг — це технологія пакування інформації або ідей у наративну форму для встановлення емоційного зв'язку з аудиторією та трансляції певних цінностей (культурних кодів). Український дослідник Г. Почепцов зазначає, що сторителінг у медіа — це інструмент конструювання реальності, який допомагає глядачеві ідентифікувати себе з героями («свій-чужий»).

3. Трансмедійний підхід особливо актуальний для новітніх кіновсесвітів та ТБ-шоу. За Г. Дженкінсом, сторителінг виступає як процес розгортання цілісного світу історії через безліч медійних платформ, де кожен носій (фільм, серіал, вебепізод) робить унікальний внесок у загальний досвід.

Майбутнім режисерам та сценаристам найближчим може бути пояснення, що **сторителінг** у кіно і на телебаченні — це керований процес розкриття характеру героя через систему конфліктів та випробувань, організований у чітку драматургічну структуру (акт, сцена, епізод) задля досягнення конкретного емоційного впливу на глядача.

Далі розглянемо типологізацію сторителінгу за типом побудови наративу (структурою). Автор посібника вважає, що найкориснішим для майбутніх режисерів і сценаристів є варіант типологізації, який базується на класичних підходах (Р. Маккі, С. Філд) та сучасних серіальних форматах. Класичний підхід – це підхід за структурою часу та причинності (архітектура сюжету). Це база для сценариста. Відповідно, сторителінг поділяють на:

1. Лінійний сторителінг (з англ. archplot). Класична структура, де є один головний герой, хронологічний порядок подій, чіткий причинно-наслідковий зв'язок і закритий фінал (конфлікт вирішено). Наприклад, «Титанік» (1997 р.).

2. Нелінійний сторителінг (з англ. non-linear), де події перемішані в часі (флешбеки, флешфорварди), історія складається із хаотичних елементів, як пазл. Наприклад, «Кримінальне чтиво» (1994 р.).

3. Мережевий/багатолінійний сторителінг (з англ. ensemble), де переплітаються кілька рівноправних сюжетних ліній і немає одного головного героя (рис.1.1). До прикладу, телесеріал «Гра престолів» (2011-2019 рр.).



Рис. 1.1. «Ілюстрація до типологізації сторітелінгу за класичним підходом» (зображення згенеровано ШІ)

За серіальним форматом:

1. Вертикальний (з англ. procedural), де кожна серія — це закінчена історія, або ж, як зараз прийнято казати на теле- та кіноринку, кейс. Сюжет починається і закінчується в межах епізоду. Герої майже не змінюються глобально. Наприклад, «Доктор Хаус» (2004–2012 pp), детективні серіали.

2. Горизонтальний (з англ. serial narrative). Відповідно до правил цього формату, історія тягнеться з серії в серію. Пропустивши епізод, глядач втрачає нитку. Характер героя зазнає глибоких змін. Наприклад, «Пуститися берега» (в оригіналі «Breaking Bad», 2008 р.), «Чорнобиль» (2019 р.).

3. Вертикально-горизонтальний. Сучасний гібридний формат, найскладніший і найпопулярніший. Є «справа тижня», але велика увага приділяється наскрізному розвитку стосунків героїв. Наприклад, «Теорія брехні» (2009 р.).

Є ще один формат, який зараз переживає справжній ренесанс, і його особливість у тому, що він дає сценаристу максимальну свободу. Це антологія. Головна особливість антології в тому, що єднальним елементом тут виступає не сюжет і не герой, а тема або світ. На продакшенах зараз говорять про два види антологій: сезонну і епізодичну. Сезонна антологія – це історія, триває цілий сезон, а в наступному з'являються вже нові герої, нова локація, новий сюжет (наприклад, «Білий лотос», 2021 р.), а епізодична – це історія, де кожна серія — це окремий фільм зі своїм світом (наприклад, «Любов, смерть і роботи», 2019 р.). Епізодичну антологію можна собі уявити на прикладі мозаїки, як набір різних геометричних фігур (трикутник, коло, квадрат, зірка), які знаходяться всередині однієї великої рамки. Рамка – це загальна тема (наприклад, «вплив технологій» або «містика»).



Рис. 1.2. «Ілюстрація до типологізації сторітелінгу за серіальним форматом» (зображення згенеровано ШІ)

Коли ви визначилися з підходом і форматом і у вас є ідея творчого проєкту, час переходити до наступного етапу. Мабуть, у вас уже є розуміння, про що буде ця історія? Тоді у вас не виникне проблем із тим, щоб написати логлайн та синопсис.

Написання логлайну і синопсису

Логлайн (з англ. logline) – одне-два речення, що передають суть історії. Він пишеться за такою формулою: герой + провокуюча подія/мета + перешкода/конфлікт + ставки. Це те, з чого починається ваш творчий проєкт і той гачок, що продає ідею. На думку українського режисера А. Лукіча, помилкою в написанні логлайну може бути те, що він може підходити під будь-які фільми, у той час як логлайн має бути такий, щоб його не можливо було ні з чим сплутати, наприклад: «Маленькі брати з Лубен їдуть до батька в Люксембург вирішувати великі питання» («Люксембург, Люксембург», 2023 р.). Ось іще кілька прикладів логлайну:

- син могутнього мафіозного дона, не бажаючи брати участь у кримінальних справах родини, вимушено занурюється в нього, коли на батька – дона мафії скоюють замах («Хрещений батько», 1972 р.), бо інакше його родину знищать, а імперія батька розсиплеться;
- маленький хлопчик випадково залишається сам удома та змушений захищати дім від двох дорослих грабіжників, бо якщо ні - вони його вб'ють і розграбують батьківський будинок («Один удома», 1990 р.).

Логлайн потрібен сценаристу, щоб визначити/обрати собі шлях. Він може допомогти виділити головне, тому найчастіше його пишуть до початку написання синопсису і сценарію.

Синопсис (з англ. synopsis) – короткий переказ сюжету (приблизно 0,5-1 сторінка), де описані основні поворотні моменти,

без діалогів. На відміну від логлайну, синопсис не інтригує, а пояснює. Він пишеться на основі логлайну і розкриває сюжет. Цей документ допоможе вам притримуватися структури під час подальшого написання сценарію. Синопсис до фільму «Один удома» умовно може мати такий вигляд: «Восьмирічний Кевін МакКалістер живе у великій галасливій родині. Напередодні різдвяної поїздки за кордон він свариться з родичами й бажає, щоб усі зникли. Через плутанину вранці сім'я випадково відлітає без нього — і Кевін залишається сам удома. Спершу хлопчик насолоджується свободою: їсть морозиво, дивиться заборонені фільми, робить, що хоче. Але невдовзі він помічає двох грабіжників, які планують обчистити будинки в районі. Зрозумівши, що допомоги не буде, Кевін вирішує сам захистити дім. Використовуючи кмітливість і підручні засоби, він перетворює будинок на серію пасток, у які потрапляють злодії. Після комічної, але небезпечної сутички грабіжників заарештовують. Кевін усвідомлює цінність родини й чекає на повернення близьких, які нарешті знаходять його на Різдво».

Коли синопсис готовий, можна переходити до написання **сценарію**. Провідні теоретики сценарної майстерності розглядають сценарій як творчий або й навіть як технічний документ. С. Філд, якого називають «гуру всіх сценаристів», у своїй праці «Кіносценарій. Основи сценарного ремесла» розглядає сценарій як історію, розказану в картинках, діалогах та описах, поміщену в контекст драматичної структури. Тобто він вважає, що важливими є візуальність (важливо писати не те, що герой думає, а те, що глядач бачить) і структура (тобто не потік свідомості, а чітко організована система подій). Режисер А. Хічкок розглядає сценарій як план виробництва. За його визначенням сценарій – це креслення (з англ. blueprint) майбутнього фільму». Акцент на тимчасовість (сценарій не призначений для читання широкою публікою, як роман) і на те, що його читають професіонали (актори, оператори, художники), щоб знати, що їм робити.

Тут сценарій виступає як інструмент для планування бюджету та графіку зйомок. Одна сторінка сценарію – це приблизно одна хвилина екранного часу. Знамениту фразу А. Хічкока «мій фільм готовий, залишилося тільки його зняти» можна трактувати як те, що етап сценарію та розкадровки був для нього головним. На знімальному майданчику він просто реалізовував те, що вже було ідеально сконструйовано на папері. Для нього сценарій був суворим кресленням, відступати від якого — помилка.

Р. Маккі фокусується переважно на емоційному досвіді читача (продюсера/режисера): «Сценарій — це не просто опис подій, це метафора життя, що викликає у читача візуальну та емоційну реакцію, еквівалентну перегляду фільму». Тут акцент ставиться на те, що сценарист має написати текст так, щоб режисер, читаючи його, вже «бачив» кіно у своїй голові.

А. Лукіч розглядає сценарій як спробу звузити життя до історії і зазначає про важливість наявності емоційного заряду у вашій історії, що не дасть вам «затонути на цьому дуже довгому шляху, ніби компас або навігатор, який допомагає не заблукати в незнайомій хаотичній місцевості нашого життя». Цим зарядом може бути, до прикладу, якась мета у вашій творчості.

Класичні драматургічні структури: від Аристотеля до Фрейтага

Навіщо люди розповідають історії? Сторителінг виконує ряд функцій, оскільки історії є ефективними риторичними інструментами для вирішення конкретних завдань, і ось лише декілька з них:

- початок виступу: люди люблять історії, це викликає так званий «людський інтерес»;
- привернення уваги: коли аудиторія втрачає концентрацію,

фраза «це нагадує мені випадок, коли...» допомагає миттєво відновити зв'язок;

- переконання через цінності: реальний життєвий досвід набагато ефективніший за сухі теорії;
- демонстрація вразливості: розповіді про власні помилки та слабкі сторони є надзвичайно дієвими для встановлення довіри.

Щоб впливати певним чином на слухача та привертати його увагу, виконуючи описані вище функції, історію потрібно вміти правильно подавати. У публічних виступах історії оформлюють у промови, а на телебаченні та в кіно їм надають сюжетної форми. Сюжет визначається як сукупність основних подій роману чи оповідання, представлених автором у взаємопов'язаній послідовності. На відміну від простого переліку подій, сюжет передбачає причинно-наслідковий зв'язок. Англійський письменник Е. М. Форстер розмежовував поняття історії («Король помер, а потім померла королева») та сюжету («Король помер, а потім королева померла від горя»), де ключовим є слово «тому що», а не «потім». Сюжет – це історія, яка має у своїй структурі причинно-наслідкові зв'язки і вибудована за законами драматургії.

Кожен сюжет має драматургічну структуру. Вміння вибудовувати структуру – основоположне для подальшого успіху вашої історії. Структурування є потужним інструментом для розповіді історій. Історично виділяють **триактну структуру Аристотеля** (початок, середина, кінець) та **п'ятиактну структуру Горация**. Аристотель був давньогрецьким філософом, який написав книгу під назвою «Поетика» (4 ст. до н.е.), де стверджував, що сюжет чи міф є найважливішим елементом драми. Аристотелю приписують винахід структури трьох актів. Початок - це те, де ви налаштовуєте своїх персонажів, їх стосунки, їхні бажання. Середина,

саме тут сюжет досягає свого апогею. Кінець, саме тут сюжет отримує розв'язку. Сучасні сценаристи використовують триактну структуру при складанні сценаріїв. Давньоримському ліричному поетові Горацію завдячуємо за розробку структури п'яти актів. У вірші під назвою *Ars Poetica* (1 ст. до н.е.) Горацій сформулював поради, як писати вірші та драму. Зокрема, він стверджував, що п'єса не повинна бути довшою або коротшою за п'ять дій.

У сучасній практиці творчого письма значну увагу приділяють піраміді Фрейтага та моделі ABDCE, розробленій Еліс Адамс.

Для візуалізації розвитку подій традиційно використовується **піраміда Фрейтага**, яка відображає лінійний сторителінг.

Густав Фрейтаг – німецький романіст і драматург 19 століття, який проаналізував давньогрецьку та шекспірівську драму та розробив схему, щоб описати, як працює історія. Піраміда Фрейтага включає такі елементи:

1. Експозиція: надання контексту, опис обставин та передісторії персонажів. Іншими словами, сеттинг, де ви надаєте початкову важливу довідкову інформацію про історію. Сюди входить інцидент із підбурюванням: подія, що запускає конфлікт та знайомить із протагоністом (головним героєм). Це фактична подія, яка запускає дію у вашій історії. Після цього піраміда піднімається вгору до зростаючої дії.

2. Зростаюча дія: подія або серія захоплюючих подій, які починаються відразу після інциденту, що веде до кульмінації. Тут ми зазвичай зустрічаємо антагоніста. Це головний опонент головного героя. Антагоніст цієї історії намагається поставити якомога більше перешкод на шляху головного героя. Отже, серія подій та перешкод, створених антагоністом, ведуть до кульмінації.

3. Кульмінація. Вершина, точка найвищої напруги, де розкривається справжня сутність головного героя. Це найцікавіша подія у сюжеті.

4. Спадаюча дія. Наслідки кульмінаційних подій. Саме тут головний герой, або головні герої, розв'язує головну проблему або конфлікт.

5. Вирішення та розв'язка. Будь-які таємниці, питання чи загадки, що залишилися після вирішення, розгадуються персонажами або пояснюються автором. Отже, йдеться про подолання головного конфлікту та розкриття таємниць, що залишилися.

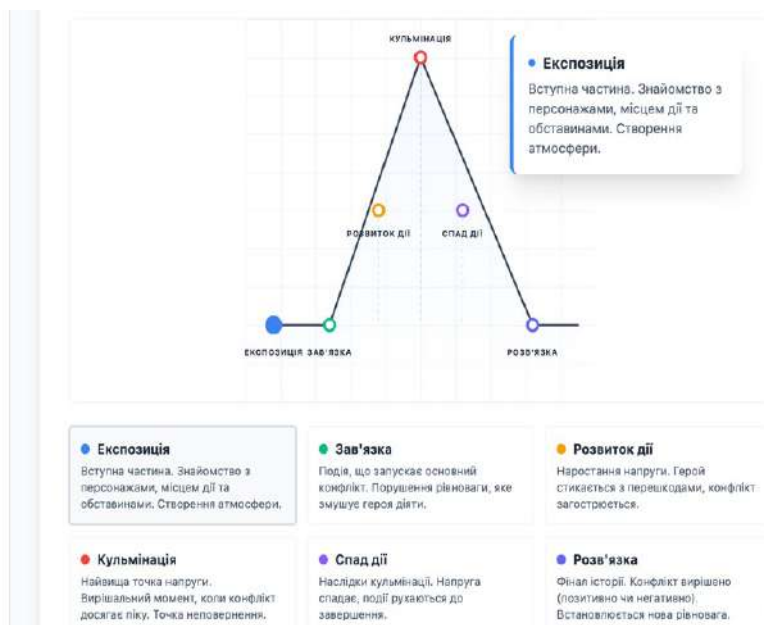


Рис. 1.3. «Ілюстрація до піраміди Фрейтага. Провокуючий інцидент позначено як “зав'язка” і винесено в окремий пункт» (зображення згенеровано ШІ)

Зверніть увагу, що структура має 6 етапів, але при цьому є 3-актною: експозиція і зав'язка – це перший акт, розвиток дії і кульмінація – другий, спад дії і розв'язка – третій акт. Ефективність цієї структури підтверджується аналізом світових бестселерів,

зокрема серії романів про Гаррі Поттера, де кожна книга чітко слідує логіці цих шести пунктів. Щоб зрозуміти, як ця теорія реалізується на практиці, ведучий курсу «Мистецтво сюжету» Б. Скайхорс пропонує розглянути структуру на прикладі роману «Гаррі Поттер і філософський камінь» за моделлю Фрейтага:

1. Експозиція. Знайомство з Гаррі та родиною Дурслі; опис жорстокого поводження та дивних інцидентів навколо хлопчика. Інцидент із підбурюванням – це поява Гегріда опівночі в день народження Гаррі з листом, що повідомляє про його статус чарівника.

2. Зростаюча дія. Навчання в Гогвортсі, знайомство з друзями (Рон, Герміона) та антагоністами (Снейп, Мелфой), квідич та підозри щодо крадіжки каменя.

3. Кульмінація. Проходження пасток і зустріч із професором Квірреллом (яким володіє Волдеморт) біля Дзеркала Еріседа; відмова Гаррі віддати камінь.

4. Спадаюча дія. Пробудження в лікарні; Дамблдор пояснює дію захисту материнської любові та знищення каменя.

5. Вирішення та розв'язка. Перемога Грифіндору в Кубку гуртожитків і повернення Гаррі до родини Дурслі на літні канікули.

Аналогічна структура простежується і в наступних частинах серії. Нижче наведено аналіз розширеної сюжетної структури на прикладі роману «Гаррі Поттер і Кубок вогню», адже важливо розуміти, як класична піраміда Фрейтага масштабується у великих творах. Четверта книга серії про Гаррі Поттера є ключовою для всієї саги, оскільки вона демонструє перехід від шкільних пригод до глобального конфлікту:

1. Експозиція. Гаррі прокидається від яскравого сну, через який у нього болить шрам. Це спонукає його написати листа Сіріусу Блеку. Подальші події включають відвідування

Чемпіонату світу з квідичу та повернення до Гогвортсу, де оголошують про проведення Турніру трьох чарівників для студентів старше 17 років. Інцидент із підбурюванням. Попри вікові обмеження, ім'я Гаррі з'являється з Кубка вогню. Оскільки це створює обов'язковий магічний контракт, герой змушений брати участь у змаганнях.

2. Зростаюча дія. Цей етап охоплює цілий навчальний рік, протягом якого Гаррі проходить через турнірні випробування, перші романтичні розчарування та конфлікти з друзями. Фінальним завданням стає лабіринт, у центрі якого Гаррі та Седрік Діґорі разом торкаються трофею-порталу, що переносить їх на кладовище, де Седріка миттєво вбивають.

3. Кульмінація. Гаррі стає свідком ритуалу, за допомогою якого Пітер Петіґрю повертає Волдеморту тілесну подобу. Волдеморт викликає Гаррі на дуель; їхні заклинання блокують одне одного, що дає герою час схопити тіло Седріка та за допомогою порталу повернутися до школи.

4. Спадаюча дія. Після повернення Гаррі намагається пояснити те, що сталося, але професор Муді забирає його до свого кабінету. Там з'ясовується, що під маскою Муді ховався Барті Крауч-молодший, прихильник Волдеморта. Дамблдор втручається саме вчасно, щоб врятувати Гаррі.

5. Вирішення та розв'язка. Справжнього Муді знайдено, Крауч-молодший отримує «поцілунок дементора», а Гаррі оголошують переможцем Турніру. У фіналі герой віддає свій грошовий приз Фреду та Джорджу Візлі для відкриття магазину жартів, усвідомлюючи, що Міністерство магії відмовляється вірити в повернення темного лорда.

Ілюстрація до піраміди Фрейтага на прикладі фільму «Гаррі Поттер і філософський камінь». На мал. провокуючий інцидент (позначено як «зав'язка») винесено в окремий пункт.

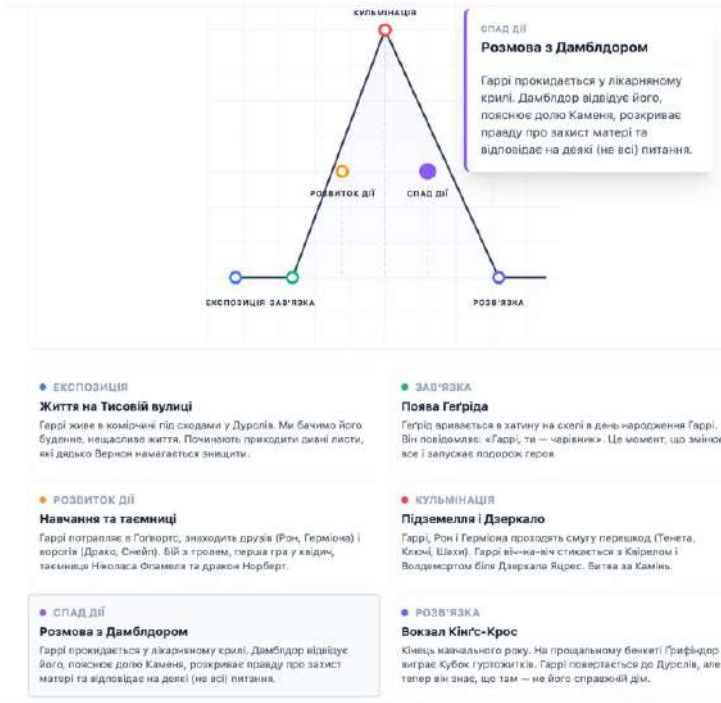


Рис. 1.4. «Ілюстрація до піраміди Фрейтага на прикладі фільму про Гаррі Поттера» (зображення згенеровано ШІ)

Сучасні драматургічні моделі: від ABDCE Е. Адамс до Б. Снайдера

Піраміда Фрейтага є класичною, де усі елементи структури вибудовані у логічній послідовності. Утім для сучасного кіно наразі є популярною і широкоживаною **модель Еліс Адамс ABDCE**. Скоріш за все, ви вже знайомі з моделлю ABDCE, тому що читали твори, написані за цією структурою, дивилися фільми, які побудовані за її правилами. Кожна буква у назві моделі позначає новий структурний елемент драматургічного твору:

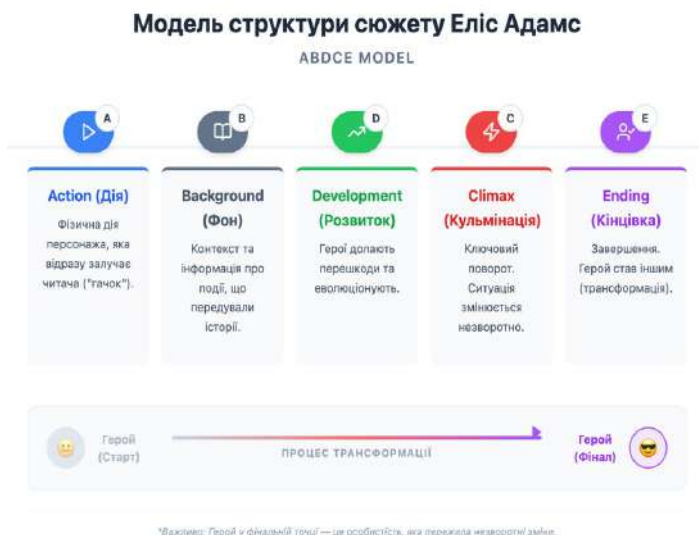
1. Дія (з англ. action, далі скороч. А): фізична дія персонажа, яка відразу залучає читача.

2. Фон (з англ. background, далі скороч. В): контекст та інформація про події, що передували історії.

3. Розвиток (з англ. development, далі скороч. D): основна частина сюжету, де персонажі долають перешкоди та еволюціонують.

4. Кульмінація (з англ. climax, далі скороч. С): ключовий поворот історії, після якого ситуація для героїв незворотно змінюється. Зверніть увагу, що герой у стартовій точці і герой у фінальній точці – це різні за своїми станами люди. Герой у фінальній точці – це той, хто пережив трансформацію і вже ніколи не буде таким, як раніше.

5. Кінцівка (з англ. ending, далі скороч. Е): завершення, що демонструє трансформацію персонажів. Тут ми дізнаємося, що персонажі, про яких ми думали, що знали їх, стали кимось іншим завдяки своїй подорожі. Закінчення зазвичай короткі й становлять найменшу частину у структурі.



**Рис. 1.5. «Ілюстрація до моделі ABDCE Еліс Адамс»
(зображення згенеровано ШІ)**

Часом історія нагадує коло. Якщо розглядати історію по колу, то здається, ніби герой повернувся у ту ж точку, звідки прийшов, але видно, скільки йому довелося пройти для того, щоб повернутись у неї. Стає очевидно, що герой змінився наприкінці своєї подорожі. Це називається трансформацією персонажа.

Прикладами реалізації цієї моделі є романи «Великий Гетсбі» Ф. С. Фіцджеральда (роман 1925 р.) та «Ромео і Джульєтта» В. Шекспіра (1500-ті рр.).

Почнемо з розмови про один із найвідоміших англомовних романів ХХ століття «Великий Гетсбі» Ф. С. Фіцджеральда:

Дія (А): переїзд головного героя Ніка Карравея на Лонг-Айленд.

Фон (В): родинні зв'язки Ніка з Дейзі та її шлюб з Томом.

Розвиток (D): знайомство з Гетсбі, відновлення його роману з Дейзі.

Кульмінація (С): аварія, в якій машина Гетсбі вбиває Міртл.

Кінець (Е): вбивство Гетсбі та розчароване повернення Ніка на Середній Захід.

Тепер коротко проаналізуємо ще один відомий літературний твір: «Ромео і Джульєтту» В. Шекспіра:

Дія (А): Поява Ромео на балу Капулетті та знайомство з Джульєттою.

Фон (В): Давня ворожнеча між родинами Монтеккі та Капулетті.

Розвиток (D): Таємне вінчання, дуель Тибальта і Меркуціо, вигнання Ромео.

Кульмінація (С): Подвійне самогубство закоханих у гробниці.

Кінець (Е): Примирення ворогуючих родин після трагедії.

Незважаючи на унікальність кожної окремої історії, можна помітити, що вони будуються за певними спільними законами.

Тепер, коли ви ознайомлені з класичними моделями побудови історій, можемо поглянути на структуру історії ще з одного боку. Г. Берк зазначає, що незалежно від тривалості (будь то двохвилинна розповідь чи двогодинний фільм) структура якісної історії залишається незмінною:

1. Час і місце (сеттинг). Кожна історія має починатися з конкретики. Це може бути точна дата (наприклад, 11 вересня 2001 року) або відносний час (10 років тому). Важливо надати достатньо сенсорних деталей (температура, запахи, звуки), щоб глядач міг уявити себе на місці подій.

2. Контекст (експозиція). Опис звичайного життя, представлення головних героїв та їхніх взаємин у нормальних умовах.

3. Несподіванка (зав'язка). Має статися щось неочікуване. Без сюрпризу немає драми та конфлікту, які роблять історію великою.

4. Напруга (зростання дії). Сюрприз створює напругу. Тут варто описати ризики та внутрішні переживання героя — як він сприймає загрозу та справляється з тиском.

5. Дія (кульмінація). Пояснення того, хто що зробив і як саме.

6. Результат (спадання дії). Дії героя призводять до успіху або поразки. Важливо, щоб результат був плодом дій героя, а не випадковістю чи везінням.

7. Висновок (розв'язка). Ми розповідаємо історії не задля розваги, а щоб донести повідомлення. Найкраще працює один чіткий висновок, один урок. Уникайте повчального тону; дайте аудиторії можливість зробити власні висновки. Замість «Ось чого ви повинні навчитися...», краще сказати: «У тій ситуації я зрозумів це...» або «Я точно більше не зроблю цієї помилки». Це «притягування», а не «підштовхування».

Розглянемо приклад історії, яка ілюструє ці принципи:

1. Місце/час: рік тому, бізнес-школа IESE.

2. Звичайне життя: журналістка із 18-річним досвідом відчуває піднесення перед важливою лекцією.

3. Несподіванка: повідомлення про госпіталізацію сина в іншій країні безпосередньо перед виступом.

4. Напруга/дія: внутрішня боротьба між професійним обов'язком та материнським інстинктом. Вона кидає все і летить додому, відчуваючи страх за свою кар'єру.

5. Кульмінація: розпач і відчуття незворотності свого рішення. («Що я накоїла? Я діяла на емоціях, а це серйозна бізнес-школа, вони більше ніколи не попросять мене вести лекції».)

6. Результат: слова іншої матері в лікарні («Ви нарешті тут, він чекав на вас»). Це підтверджує правильність вибору.

7. Висновок: жодна престижна робота чи школа не замінять людей, які вас люблять. Дім — це там, де на вас чекають.

Існують й інші структури побудови твору, за якими також пишуть сценарії та знімають кіно, серед яких зокрема:

- парадигма Сіда Філда (трьохактна структура, що передбачає зав'язку, конфронтацію і розв'язку, які включають підбурюючу подію, зростання, кульмінацію і спадання дії);

- сценарна структура Джозефа Кемпбелла: Д. Кемпбелл, досліджуючи міфологію, дійшов думки, що всі міфи мають однакову структуру; він назвав свою структуру «Шлях героя» і поділив на 17 рівнів і три акти: відправлення, ініціація і повернення. Згодом його теорію спростили до 12 рівнів і почали використовувати в кіноіндустрії (Гаррі Поттер, Фродо, Люк Скайуокер);

- сценарна структура Блейка Снайдера (триактна структура, поділена на кроки, основні з них такі: перша картина, постановка проблеми, як усе влаштовано, каталізатор, дебати, перехід до другого акту, другий акт, грай і веселися, ключовий момент, погані хлопці наступають, усе втрачено, темна сторона душі, перехід до третього акту, фінал, завершальна картина).

Дослідниця Т. Рогова у праці з цифрового сторителінгу наводить ще одну популярну концепцію побудови сюжету. Її розробив американський сценарист, продюсер і письменник Д. Хармон. **Коло Хармона** – це універсальний складник історії з восьми окремих етапів, які проходить головний герой у своїй еволюції:

- Персонаж живе звичайним життям.
- У героя з'являється якесь бажання чи проблема.
- Через це герой потрапляє у нові, незручні для нього обставини.
- Він адаптується до нового середовища і намагається розібратися з обставинами, що виникли.
- Герой знаходить те, що шукав.
- Платить за це певну ціну.
- Повертається у комфортну зону.
- Усвідомлює зміни у своєму житті.

Як бачимо, незалежно від трактувань, назв і термінів, у структурі завжди прослідковуються одній й ті ж за своєю суттю драматургічні елементи: початок, зростання напруги, найвища точка напруги, спадання напруги і завершення історії. Після засвоєння найпоширеніших серед режисерів, сценаристів і письменників

структур (зокрема піраміди Фрейтага та структури ABDCE Еліс Адамс) можна сміливо продовжувати досліджувати нові структури в пошуках тієї єдиної, «своєї».

QR- код 1.1 «Візуалізація драматургічних структур» (презентація автора)



Запитання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняттю сторителінг.
2. На які типи поділяється сторителінг за класичним і серіальним підходом?
3. Поясніть різницю між логлайном і синопсисом.
4. Назвіть елементи піраміди Фрейтага та їхні функції у структурі екранного твору.
5. Які складові включає модель ABDCE Еліс Адамс?

РОЗДІЛ 2. АРХІТЕКТУРА ІСТОРІЇ

Три виміри характеру: як створити об'ємного персонажа

Настав час попрацювати над пошуком героїв для екранного твору. Головний герой – це **протагоніст**. А. Лукіч визначає його як «двигуна історії, чиє “хочу” стає приводом для розповіді» (наприклад, «як Бетмен хоче справедливості», «як Коля в фільмі “Люксембург, Люксембург” хоче знайти творця, свого батька»). Бажанням протагоніста завжди протидіє **антагоніст**: або зовнішній, як-от людина, предмет, явище, або внутрішній, яким може бути сам протагоніст (його страхи, травми, вади, минуле тощо). Що сильніший антагоніст, то захопливішою видається історія. До прикладу, Люк Скайвокер і Дарт Вейдер, Гаррі Поттер і Волдеморт, Шерлок Холмс і Професор Моріарті. Зазначимо, що протагоніст може бути і позитивним героєм, який переводить бабусь через дорогу і чемно поводить, і поганцем, що грубіянить тим самим бабусям та розмальовує паркани. Ким би не був герой вашого сценарію, головне інше: глядач має йому співпереживати, відчувати емпатію до нього і залишатися зі своїм героєм до кінця. Емпатія – основа залученості.

Чому ми співчуваємо поганцям? Можливо, тому, що вони не ідеальні, і глядачеві легше розгледіти себе у цих персонажах? Отже, важливо створювати своїх героїв не ідеальними, а об'ємними і живими, наділеними умовно позитивними та умовно негативними рисами, сильними та слабкими сторонами. У зв'язку з розумінням цієї істини у світовій кіноіндустрії відбулася еволюція героя від «героїчного героя» до антигероя. До 1970-х рр. у Голлівуді панувала схема чіткої моральної переваги героя над лиходієм. Перелом стався з появою таких образів, як інспектор Каллахан («Брудний Гаррі», 1971 р.). Отже, **антигерой** — це тип персонажа, який використовує сумнівні або навіть жорстокі ме-

тоди задля досягнення «вищої доброї мети» (справедливість, захист родини). Антигерої з'являються там, де закон або бюрократія виявляються безсилими перед істиною. Наприклад, Майкл Корлеоне («Хрещений батько», 1972 р.), Тревіс Бікл («Таксист», 1976 р.), Лісбет Саландер («Дівчина з тату дракона», 2011 р.).

Варто ще раз наголосити: і герой, і антигерой є протагоністами, які викликають співпереживання у глядача і є головними постатями екранних історій. Оскільки емпатія, як згадано вище, є фундаментом залученості, це пояснює, чому найбільш автентичним типом американської драми вважається історія спокути (з англ. *redemption story*). За визначенням теоретика сценаристики Р. Маккі, суть таких історій у тому, що одержиме прагнення до успіху чи влади може знищити людину, але усвідомлення справжньої істини дає шанс на порятунок і відновлення життєвого балансу.

Ці історії дають глядачеві надію на те, що зміна на краще можлива, а втрачений сенс життя можна повернути через внутрішню трансформацію. Класичними прикладами історії спокути є стрічки «Втеча з Шоушенка» (1994 р.), «Список Шиндлера» (1993~р.), «День бабака» (1993 р.).

Краще зрозуміти, як вибудувати персонажа у вашій історії, допоможе розуміння архетипів і типології героїв у сучасному аудіовізуальному сторителінгу.

Архетип (з англ. *archetype*) у юнгіанській психології — це первинний образ або символ, який з'являється в людському житті та мистецтві настільки часто, що вважається універсальним; це вроджена ідея або спосіб мислення, успадковані від попередніх поколінь, які присутні в індивідуальному несвідомому кожного.

Архетип в екранному мистецтві — це універсальна модель персонажа, сюжетного прийому, символу або ситуації, що повторюється в культурі та мистецтві. У контексті кінодраматургії

архетипи дозволяють зробити історію впізнаваною на підсвідомому рівні. Залученість глядача посилюється, коли він упізнає в герої власні риси або внутрішні конфлікти, що сприяє глибшому самопізнанню через досвід персонажа.

У праці «Подорож письменника» К. Воглер адаптував концепції К. Юнга та Д. Кемпбелла спеціально для голлівудської структури сценарію.

За Д. Кемпбеллом («Тисячоликий герой»), всі міфи світу побудовані за однією і тією ж матрицею, яку автор називає «мономіфом». Тобто в дійсності усі герої вирушають у власну героїчну подорож, етапи якої розгортаються за уніфікованою для всіх формулою: герой мандрує у невідомий світ, проходить крізь важкі випробування, звершує подвиги, за що отримує дар, здобуває скарб і повертається «на коні». Словом, Котигорошко, Прометей, Еней чи Фродо — усі проходять схожий шлях. К. Воглер трансформував цю антропологічну концепцію Д. Кемпбелла у практичний інструментарій для сценаристів, спростивши 17 стадій мономіфу Д. Кемпбелла до 12 кроків «Подорожі героя», які стали стандартом написання сценаріїв у США. Ось ці кроки:

1. Звичайний світ (англ. the ordinary world), де відбувається знайомство з героєм у його звичному середовищі до початку пригод. Під час розгляду піраміди Фрейтага ми називали це «експозицією» або «сеттингом».

2. Заклик до пригод (англ. the call to adventure). Подія, яка порушує баланс і змушує героя діяти. У піраміді Фрейтага – це «інцидент з підбурюванням».

3. Відмова від заклику (англ. refusal of the call). Герой вагається або боїться змін через невпевненість, особливо якщо ваш персонаж – андердог (це поняття ми розглядатимемо далі у розділі).

4. Зустріч із наставником (англ. meeting with the mentor). Тут з'являється мудрець, який дає пораду, знання або магічний

предмет. Це допомагає історії рухатися далі і вселяє у вашого персонажа впевненість, щоб рухатися далі.

5. Подолання першого порогу (англ. *crossing the first threshold*). У цій частині герой остаточно покидає звичний світ і входить у «особливий світ» історії. Якщо провести паралель, за пірамідою Фрейтага цей крок (і наступні, аж до кульмінації) відповідає розвитку дії.

6. Випробування, союзники та вороги (англ. *tests, allies, enemies*). Персонаж з'ясовує правила нового світу, зустрічає соратників та стикається з перешкодами.

7. Наближення до найглибшої печери: підготовка до найважчого етапу подорожі. У цій частині випробування стають важчими, сил у героя залишається все менше, перипетії загострюються і ускладнюються.

8. Головне випробування, яке є центральним конфліктом, моментом «смерті та відродження», де герой стикається зі своїм найбільшим страхом або овердогом (антонім до андердога, ці поняття розглядатимуться далі у розділі). За пірамідою Фрейтага цей крок відповідає кульмінації.

9. Винагорода (англ. *the reward / seizing the sword*). Як пише К. Воглер, це «заволодіння мечем». Герой отримує те, за чим прийшов. Це може бути щось матеріальне або ідеальне, духовне. До прикладу, знання, скарб, примирення.

10. Шлях назад (англ. *the road back*). Повернення до звичайного світу, яке часто супроводжується останньою спробою ворогів завадити герою.

11. Відродження (*the resurrection*). Тут відповідно до концепції може бути фінальне випробування на порозі дому, де герой має довести, що він справді змінився. Це момент остаточної спокути. У піраміді Фрейтага це спад дії.

12. Повернення з еліксиром (англ. return with the elixir). Герой повертається додому, приносячи користь або знання, які відновлюють порушений баланс (рис.2.1). У піраміді Фрейтага цей крок відповідає розв'язці.



Рис. 2.1 «Етапи трансформації протагоніста в межах класичного сторітелінгу» (зображення згенеровано ШІ)

Крім упорядкування концепції «Подорожі героя» К. Воглер також адаптував психоаналіз К. Юнга. Так, щоб його можна було застосовувати в екранному мистецтві. Замість статичних характерів, американський сценарист розглядає архетипи як психологічні функції. У його системі архетип — це не просто роль, а маска, яку персонаж може одягати в певний момент сюжету. Наприклад, один і той самий герой може виконувати функцію мудреця (давати пораду) або перевертня (змінювати лояльність на ворожість тощо), що робить аудіовізуальний твір ще цікавішим для глядача.

Класична типологія, що базується на аналітичній психології К. Юнга, виділяє наступні ключові ролі, деякі з яких ми вже згадували у цьому розділі:

1. Герой (протагоніст) — центральна постать, на якій зосереджена увага. Його шлях — це трансформація, що формує арку героя.

2. Лиходій (антагоніст) — опонент героя, зазвичай добре розвинений персонаж, чия функція полягає у тому, щоби створювати конфлікт.

3. Коханець як джерело моральної підтримки та рушійна сила для героя на шляху до перемоги.

4. Соратник (напарник), який допомагає протагоністу в розвитку сюжету.

5. Мудрець (ментор) — це філософ або вчений, який допомагає герою досягнути істини та вийти зі складних ситуацій.

До ширшого кола архетипів також відносять творця (фантазер, художник), бунтаря, блазня, правителя, турботливого та шукача.

У контексті типології персонажів у сучасному екранному сторителінгу варто згадати й актуальну нині, станом на 2026 рік,

голлівудську концепцію поділу героїв на андердогів і овердогів. В американській традиції сторителінгу концепція нерівної боротьби, що передбачає такий поділ, посідає особливе місце (див. Додаток А.1).

Андердог (англ. underdog) — це термін, запозичений із собачих боїв, що позначає слабшу сторону, яку придушує сильніший суперник. Це герой, який бореться з обставинами, що значно перевершують його можливості. С. Спілберг зазначав, що працює лише зі сценаріями, де герой є аутсайдером. Приклади: Роккі із «Роккі» (1976 р.), Джамаль із «Мільйонер із нетрів» (2008 р.), Джон Сноу із «Гри престолів» (2011 р.). Створюючи сценарій до свого кіно- чи телепродукту, пам'ятайте, що головне завдання андердога — не обов'язково блискуча перемога, а здатність вистояти, вижити та чинити опір попри сумніви й помилки.

Овердог (англ. overdog) — антагоніст у таких історіях, що завжди постає як сильніший, краще укомплектований та досконаліший супротивник. Проте саме «ідеальність» овердога зазвичай відштовхує глядача, тоді як недосконалість андердога викликає симпатію. Приклади овердогів — це усі професійні боксери, які є опонентами Роккі, або роботи-вбивці у фільмі «Термінатор» (1984 р.).

Важливою для створення об'ємного, цілісного персонажа є також концепція **«трьох вимірів характеру»** (за угорсько-американським драматургом і викладачем творчого письма Л. Егрі).

Розгляньмо, що приховано в кожному з вимірів, адже це те, що ми повинні знати про героя до того, як він промовить перше слово. Перший вимір – фізіологія (тіло). Але це не просто колір волосся чи довжина носа, а як герой відчуває себе у своєму тілі. Як він рухається, чи накульгує, чи є у нього хвороби. Щось з минулого, що не дає спокою. По тому, як людина рухається, можна багато зрозуміти про минуле та спосіб життя. Наприклад, колишній танцюрист рухатиметься інакше, ніж колишній боксер.

Другий аспект, на який вам варто звернути увагу при створенні персонажа, – соціологія. Іншими словами, це оточення героя, яке сформувало героя: стосунки в класі, освіта, релігія, сім'я, політичні погляди. До прикладу, герой, що виріс у дитбудинку, і герой з аристократичної родини матимуть різні цінності і різну самооцінку. Третій вимір – психологія (душа). Це результат взаємодії перших двох пунктів. Чого боїться персонаж? Які в нього комплекси? Яка його орієнтація? Який у нього темперамент? Тут ви можете створювати протиріччя/парадокси, які завжди гарно зчитуються аудиторією і добре запам'ятовуються. Наприклад, сором'язливий стендап-комік. Знаючи ці три аспекти, вам буде легше передбачити, як герой поведе себе в будь-якій ситуації. Також набір характеристик героя може залежати від типу сторителінгу (горизонтальний чи вертикальний). У вертикальному сторителінгу персонаж не стільки змінюється сам, скільки змінює світ навколо себе, а у горизонтальному герой проходить трансформацію. Для ілюстрації зв'язку між типом сторителінгу та персонажем, можна використати таку порівняльну таблицю:

Тип сторителінгу	Тип персонажа	Особливість розвитку	Приклад
Вертикальний	Статичний	Герой не змінюється. Він змінює світ навколо себе	Шерлок Холмс, Джеймс Бонд
Горизонтальний (серіальний)	Динамічний	Герой проходить трансформацію (стає кращим або гіршим)	Волтер Вайт («Пуститися берега»)

Таб. 2.1 «Ілюстрація зв'язку між типом сторителінгу та персонажем

Уявімо, що у вас уже є персонаж, наділений фізіологічними, психологічними і соціальними особливостями. Тепер його треба наділити тим, без чого не буде драматургії, – волею. І саме про це йтиметься далі.

П'ять запитань для створення динамічного образу

Згідно з твердженням романіста Дж. Гарднера, у всій літературі всього два сюжети: «хтось відправляється в подорож» і «в місто приїжджає незнайомиць». Хаяо Міядзакі, один з найвідоміших аніматорів Японії, режисер оскароносного анімаційного фільму «Віднесені привидами», вважав, що анімацією рухає **воля** персонажів. В обох цих прикладах характер є невід'ємною складовою сюжету, адже воля героїв рухає розповідь вперед.

Сюжет в кіноіндустрії формується за формулою: персонаж+дія = сюжет.

Як вибудовувати персонажа у сценарії? Складаючи перелік рис для своїх героїв, переконайтеся, що їхні слабкі сторони цікавіші за сильні.

Створення динамічного образу персонажа базується на відповідях на п'ять запитань:

1. Чого герой хоче? Бажання є основою волі персонажа.

2. Які його слабкі сторони? Важливо, щоб герой мав вразливість (наприклад, криптоніт для Супермена). Це робить героя цікавим для читача і викликає емпатію та відчуття, що герой «нормальний, як і я», а не штучний чи ідеальний.

3. Звідки він? Враховується як біографічний, так і емоційний фон. Можливо, ви помітили, що цей пункт дещо перегукується з концепцією «трьох вимірів характеру», яку ми обговорили вище. Які є біографічні відомості про вашого персонажа? З якого району, населеного пункту чи країни він? Він виріс в райцентрі чи у мегаполісі? Розуміння цієї біографічної інформації дає нам розуміння, чого хоче персонаж. Інший рівень цього запитання – емоційний. «Звідки він?» – означатиме, «який у нього емоційний бекграунд?» А отже, чи були у нього двоє люблячих батьків? Чи його виховувала одинока, перевтомлена мати? Чи втратив він

сестру, коли був зовсім маленьким? Чи знущалися над ним діти в молодших класах? Відповідь на ці питання допомагає нам зрозуміти мотивацію персонажа діяти так, як він це робить. Це також може допомогти зрозуміти, чому персонаж бажає певної речі.

4. Куди він іде? Поєднання минулого персонажа з його метою формує **арку персонажа**. Іншими словами, якщо ви знаєте, чому персонаж хоче певної речі, і розумієте, звідки він, то зможете передбачити не лише те, наскільки сильними будуть намагання героя отримати все те, чого хоче, але й наскільки він буде стійким, коли йому заважатимуть зростаючі дії, перешкоджаючи досягненню мети.

5. Чим він може здивувати? Важливо дозволяти персонажам діяти винахідливо та непередбачувано. «Це може здатися дивним, але персонажі іноді не роблять того, що ми очікуємо від них, коли ми розміщуємо їх на сторінці. Вони діють більш винахідливим способом, ніж ви собі уявляєте. Або якщо вони підозрюють, що заходять у засідку в темній кімнаті, вони можуть вирішити, як і реальна людина, не заходити в цю кімнату. Шукайте місця у своїй історії, де ваші персонажі роблять те, чого ви не очікували від них, і заохочуйте своїх персонажів, слідуючи за ними, замість того, щоб намагатися керувати ними», – зазначає Б. Скайхорс.

Отже, для сценаристів-початківців найважливіше зрозуміти різницю між тим, чого герой **хоче**, і тим, що йому **потрібно**.

Драматургічний конфлікт: «хочу» проти «потребую»

У драматургії конфлікт — це не подія, а енергія. Це двигун, який перетворює статичну картинку на динамічну історію. Без конфлікту сюжет перетворюється на перелік подій, які не мають емоційної ваги для глядача, а отже, не чіпляють його увагу.

А. Лукіч зазначає, що хороший драматург і хороший сценарист — це людина, яка бачить конфлікт в усьому: «Це людина, яка не може просто дати героєві відкрити шухляду, аби з неї щось не вивалилося».

За Р. Маккі, конфлікт — це прірва (англ. gap), що виникає між очікуванням персонажа та об'єктивною реальністю. Іншими словами, своєрідне зіткнення волі та контрволі. Саме у цій прірві і народжується справжня історія та розвиток персонажа, оскільки він змушений реагувати на непередбачувані перешкоди.

Професійну формулу конфлікту можна зобразити таким чином: $\text{ціль} + \text{перешкода} = \text{конфлікт}$. Фактично конфлікт — це те, що заважає отримати бажане, досягти мети.

Конфлікт між бажанням і потребою – це те, на чому будується вся драматургія, тож коли ви створюєте героя, маєте подумати про те:

- чого він хоче (з англ. want) і за чим по суті біжить весь фільм (гроші, кохання, розкриття злочину); це рухає сюжет;
- чого він потребує (з англ. need) і те, що герою насправді потрібно для щастя або росту (навчитися прощати, подолати гординю); це формує арку характеру.
- ваду (з англ. fatal flaw): рису характеру, яка заважає герою досягти успіху.

За векторами спрямованості у кіно й на телебаченні розрізняють такі конфлікти (рис. 2.2):



Рис. 2.2 «Рівні конфлікту за Р. Маккі»
(зображення згенеровано ШІ)

1. Внутрішній конфлікт (англ. intrapersonal) — це війна героя з самим собою. Його суть полягає у зіткненні суперечливих бажань, моральній дилемі, боротьбі зі страхом або вадою. Наприклад, у «Гамлеті» («Бути чи не бути?») Героєм із внутрішнім конфліктом є Тоні Сопрано із «Клану Сопрано» (1999-2007 рр.), який намагається поєднати ролі люблячого батька та жорстокого мафіозі.

2. Міжособистісний конфлікт (англ. personal) — це класичне протистояння двох або більше суб'єктів. Суть полягає у проти-

стоянні протагоніста проти антагоніста. Їхні цілі або взаємовиключні, або претендують на один і той самий обмежений ресурс. Як варіант, це можуть бути кохання, влада, гроші. До прикладу, Шерлок Холмс проти Моріарті. У реаліті-шоу це може бути конфлікт між учасниками за «імунітет» або приз.

3. Позаособистісний конфлікт (англ. extra-personal) — це зіткнення героя з силами, які він не може контролювати безпосередньо. Тут є декілька підвидів:

- соціальний, коли герой виступає проти системи, законів, релігії чи суспільних норм (наприклад, «Джокер» 2019 р.);

- фізичний (природний), за якого людина бореться проти стихії, часу, хвороби чи якогось монстра (наприклад, «Легенда Г'ю Гласса» 2015 р. або «Щелепи» 1975 р.);

- метафізичний, коли людина конфліктує із долею, фатумом або богами (наприклад, класична грецька трагедія, як-от «Цар Едіп» Софокла).

Найсильніші сценарії — це ті, де конфлікт відбувається на всіх трьох рівнях одночасно. Уявіть, як герой б'ється з ворогом (міжособистісний), під час шторму (позаособистісний) і при цьому сумнівається, чи варта його мета таких жертв (внутрішній).

На телебаченні створення конфлікту має свою специфіку. Конфлікт на неігровому телебаченні (наприклад, у ток-шоу чи реаліті-шоу) часто стимулюється штучно. По-перше, відділ кастингу спеціально підбирає учасників з діаметрально протилежними цінностями, щоб вони мали потенціал до конфлікту між собою. По-друге, конфлікт можна стимулювати через задані обставини, як-от: дефіцит сну, їжі або інформації (так було у шоу «Останній герой»). По-третє, як стимулятор конфлікту працює провокація. Тут роль як модератора або провокатора конфлікту для підтримки рейтингу зазвичай лягає на ведучого.

Конфлікт у серіалах вибудовується через «вічний конфлікт». Це фундаментальна суперечність, яку неможливо розв'язати повністю, що дозволяє шоу тривати роками. Наприклад, у серіалі «Доктор Хаус» це конфлікт між раціональним генієм Хауса та ірраціональністю людських почуттів і хвороб.

Важливо пам'ятати, що конфлікт не може стояти на місці. Він має проходити через три фази: зародження, ескалацію і кульмінацію. Під час зародження глядач розуміє, що інтереси сторін розходяться. Далі відбувається ескалація, коли кожен наступний крок героя призводить до ще більшого опору. Під час кульмінації напруга зростає до максимальної точки, де конфлікт або буде розв'язаний, або призведе до катастрофи.

Тепер, коли ми розібралися із суттю поняття «конфлікт» та його основними різновидами, час розглянути **концепцію чотирикутної опозиції** (англ. the four-corner opposition) за Д. Трубі.

Д. Трубі стверджує, що конфлікт у якісній драмі — це не дUEL героя проти злодія, а мережа (з англ. web). Для створення максимальної напруги сценарист має задіяти мінімум чотирьох гравців, кожен з яких уособлюватиме певну ідеологію або шлях вирішення центральної проблеми. Ключові учасники цієї моделі – **це протагоніст, головний опонент, другий опонент і третій опонент**.

Хто такий протагоніст, ми з'ясували вище у розділі. Для вибудовування конфлікту він повинен мати якусь психологічну або моральну ваду.

Головний опонент (його ще називають зовнішнім) — це той, хто найбільше перешкоджає герою в досягненні цілі. Перш ніж створювати опонентів, ви маєте чітко знати, що «не так» з вашим героєм. Наприклад, герой хоче справедливості, але він занадто гордий і зневажає інших (внутрішня вада). Цей персонаж хоче того самого, що й герой, але він — це «герой, який пішов хибним

шляхом». Зробіть його в чомусь кращим за героя. Наприклад, розумнішим, сміливішим або фізично витривалішим. Він має показувати протагоністу: «Ось ким ти станеш, якщо не подолаєш свою ваду».

Другий опонент — внутрішньосистемний. Він тихцем підриває плани героя або пропонує альтернативний шлях, який є хибним. Цей опонент може на перший погляд видаватися союзником. Це людина в команді героя, яка має ту саму мету, але інші методи. Коли працюватимете у сценарії над героєм, спробуйте, щоб він постійно критикував план героя. Він не ворог, він — «голос іншої правди». Якщо герой діє за законом, цей персонаж має пропонувати діяти ефективно, але протизаконно. Це створює конфлікт всередині «табору добра».

Третього опонента ще називають тіньовим, або ж системним, тому що він часто представляє суспільство чи певну інституцію і додає хаосу в конфлікт. Кожен із чотирьох гравців знаходиться в одному з кутів умовного квадрату і має перебувати в прямій опозиції до інших трьох. Кожен «кут» має бути унікальним у своєму способі досягнення мети або в баченні світу. Таким чином, утворюється шість ліній конфлікту. Щоб було легше візуалізувати матеріал, пропонуємо поглянути на зображення (рис. 2.3).



Рис. 2.3
«Чотирикутна
опозиція» за
Д. Трубі
(зображення
згенеровано
ШІ)

Тепер розгляньмо чотирикутну опозицію на прикладі конкретного кейсу — хрестоматійного фільму «Хрещений батько» (1972 р.). Теми, які лежать в основі цього кіно — влада, сім'я та ціна виживання. Протагоністом є Майкл Корлеоне. На початку герой прагне легітимності, але змушений захищати клан. Його стратегія — це холодна, розрахункова інтелектуальна перевага. Головний опонент (зовнішній) — це Солоццо. Він має стосунок до наркоторгівлі та атакує Віто Корлеоне, чим змушує Майкла вступити у війну, його головна цінність — експансія за будь-яку ціну. Другий опонент (внутрішньосімейний) — це Санні Корлеоне. Хоча вони брати, Санні — ідеологічний опонент Майкла. Він діє імпульсивно, через гнів та насилля. Його підхід загрожує виживанню сім'ї так само, як і вороги. Третій опонент (системний) — це Дон Барзіні. Тіньовий гравець, який стоїть за Соллоццо. Він уособлює зраду старих принципів мафії та перетворення її на бездушну корпорацію. Отже, утворилося одразу декілька ліній конфлікту: Майкл конфліктує з Соллоццо за виживання, з Санні — за метод ведення війни, а з Барзіні — за домінування в системі.

Розгляньмо ще один кейс — чотирикутну опозицію на прикладі «Темного лицаря» (2008 р.). У центрі фільму — порядок проти хаосу та межа між законом і мораллю. Протагоністом у стрічці є Бетмен (Брюс Вейн). Він уособлює порядок через самосуд. Він вірить у правила, але діє поза законом. Його слабкість — небажання вбивати. Головний опонент — Джокер. Він є антиподом Бетмена і уособлює чистий хаос. Його мета — довести, що будь-який порядок є ілюзією, а цивілізовані люди знищать одне одного за першої нагоди. Другий опонент — Гарві Дент. Представник законного порядку. На відміну від Бетмена, він діє відкрито. Його падіння стає доказом поразки системи, в яку вірив Бетмен. Третій опонент — Сал Мароні. Антагоніст є представником мафії та уособлює старий кримінальний порядок. Для мафії Джокер — такий самий ворог, як і Бетмен, бо ха-

ос знищує бізнес, що підтверджує один із принципів чотирикутної опозиції: кожен із гравців має перебувати в прямій опозиції до інших трьох. Найочевидніші лінії конфлікту у стрічці: Бетмен проти Джокера (ідеологічна війна), Бетмен проти Дента (конкуренція за роль символу Готтема), Джокер проти Мароні (руйнування структури заради анархії).

За Д. Трубі, така структура забезпечує повну палітру теми. Тема (наприклад, справедливість) має розглядатися з усіх боків — законного, незаконного, хаотичного та системного. Крім того, герой постійно перебуває під тиском. Коли він перемагає одного ворога, він одразу потрапляє під удар іншого. Також кіно стає більш органічним, адже глядач відчуває, що світ фільму живий і справжній, бо персонажі взаємодіють не тільки з головним героєм, а й між собою.

Підсумовуючи, наголосимо, що усі учасники чотирикутної опозиції повинні мати й умовно позитивні, й умовно негативні риси. Жоден не має бути «просто злим» або «просто добрим». Коли ви як сценаристи або режисери будете пропрацьовувати другорядних персонажів, дайте кожному з них свій варіант вирішення проблеми героя. Також перевірте, чи якісно у вас вибудовані стосунки між персонажами. Це можна зробити за допомогою таких лайфhakів:

1. Уявіть, що героя немає в кімнаті. Чи будуть ці троє персонажів конфліктувати між собою? Якщо так — ваша опозиція ідеальна. У Д. Трубі конфлікт має йти по периметру та по діагоналях квадрата.

2. Кожен опонент має «бити» у конкретну психологічну ваду героя. Наприклад, один має висміювати його страх, інший — наївність, третій — його минуле.

3. У фіналі герой має зрозуміти, що в кожному з його опонентів була частка правди, але він обирає свій, третій шлях.

4. Не прописуйте у своїх сценаріях «функціональних помічників» (персонажів, які просто приносять герою каву або інформацію). Кожен персонаж має якимось чином впливати на героя, провокувати його чи ставити перешкоди на шляху. Навіть інформатор має чогось хотіти від героя і мати свою позицію, яка, наприклад, суперечить позиції героя.

5. Пам'ятайте, що героєві має бути майже увесь час незручно. Його життя не може бути розслабленим, як після теплої ванни, бо це не дасть вашому екранному твору жодного розвитку. Саме тому А.Лукіч зазначає, що вся майстерність сценариста – це всього лише придумати ситуації, в яких героєві буде незручно, і цим самим поставити його перед вибором.

Ось тут і з'являється зростаюча дія. Ось найпростіший спосіб визначити, що саме є зростаючою дією: ваш головний герой чогось хоче. Якась перешкода (це може бути інша річ, інший персонаж, власні недоліки вашого головного героя тощо), заважає вашому герою отримати те, чого він хоче. Ці перешкоди і є зростаючими діями. Персонаж долає ці перешкоди і врешті це призводить до того, що він стикається з іще більшими перешкодами на наступному рівні. Це наступна зростаюча дія. Отже, як і рівні у відеоогрі, персонаж повинен продовжувати долати перешкоди, поки не досягне місця, де він може спробувати отримати те, чого хоче. Після того, як у вас є персонаж і дія, ви, по суті, маєте сюжет вашого роману.

Проте успіх проєкту залежатиме надалі від того, наскільки переконливо герой діятиме в кожній окремій миті. Знаючи три виміри характеру персонажа, можемо передбачити його реакції:

саме внутрішня психологія та соціальний бекграунд диктують, як герой долатиме перешкоди в конкретних обставинах. Таким чином, характер стає «двигуном» кожної сцени.

Техніка побудови ефективної сцени

Ґрунтовні тлумачення сцені, епізоду та іншим структурним елементам фільму надав Р. Маккі у книзі «Оповідь», яку на телебаченні охрестили «Біблією сценариста». Нижче вашій увазі запропоновано опис складових сценарію та, відповідно, кінофільму за класифікацією цього видатного теоретика і практика мистецтва сторителінгу (рис. 2.4.)

Кадр – це найменша структурна одиниця всередині сцени, зміна стосунків між персонажами в межах їхніх дій та реакцій.

Подія – це зміна у сюжеті. Має бути наповнена змістом і пов'язана з персонажем, виражається і сприймається відповідно до його цінностей. Цінності історії - універсальні властивості людських переживань та досвіду (можуть бути і негативними, і позитивними: життя, смерть, кохання і ненависть, свобода і рабство).

Сцена – дія, виражена через конфлікт, яка відбувається у певному часі та просторі і наділена в цей момент життя персонажа хоча б однією значимою для нього цінністю. В основі кожної сцени лежить зміна ціннісного заряду персонажа, яка відбувається завдяки поворотному моменту. Цінність (англ. value) – це найменша одиниця значення в історії, яка може змінюватися з позитивної на негативну або навпаки. Наприклад, життя/смерть, любов/ненависть, свобода/рабство. Поворотний момент означає власне момент зміни цінностей, після чого сцена вважається завершеною. Якщо персонаж починає сцену в безпеці (позитив), а закінчує в небезпеці (негатив), сцена має внутрішній рух.

Епізод – послідовний ряд сцен (від 2 до 5), який закінчується кульмінаційним моментом, що впливає на подальший розвиток сюжету сильніше, ніж у будь-якій попередній сцені.

Акт – серія епізодів, що передбачає значні зміни в житті персонажа. Ця серія послідовностей сцен досягає піку в кульмінаційній сцені та призводить до значної зміни цінностей у житті персонажа. Ця зміна має бути більш потужною та незворотною, ніж у будь-якій попередній сцені чи секвенції.

Історія – це вершина структурної ієрархії, найкрупніший елемент сценарію. Історія – це одна дуже велика подія. Фінальна зміна має бути абсолютною та незворотною. Р. Маккі визначає історію не просто як «весь фільм», а як єдину велетенську подію (англ. master event).



**Рис. 2.4. «Ілюстрація складових кіносценарію»
(зображення згенеровано ШІ)**

Зупинімося детальніше на сценах, які є будівельними блоками розповіді. Використання **теорії айсберга** Е. Хемінгуея передбачає концентрацію на найнеобхідніших деталях, залишаючи

частину смислів прихованими. Ефективна сцена має відповідати контрольному списку з п'яти пунктів:

1. Дія: персонаж повинен виконувати фізичну дію прямо зараз.
2. Діалог: кожна фраза має або поглиблювати характер, або просувати сюжет.
3. Конкретні інтимні деталі: опис нюансів, які читач не помітив би самостійно.
4. Внутрішня точка зору (правило трьох «Р»): реакція (з англ. react), роздуми (з англ. reflect) або розкриття (з англ. reveal) інформації героєм.
5. Межі: чіткі точки початку та завершення дії.

Принципово важливим є перехід від простого інформування читача (з англ. telling) до художнього показу (з англ. showing), що дозволяє аудиторії візуалізувати події та емоційно співпереживати їм.

Отже, варто запам'ятати, що у побудові сцени важлива техніка «показуй, а не розповідай». Сцени – це блоки розповіді, що базуються на фізичному рівні деталей. Ефективна сцена завжди містить дію, діалог, інтимні деталі, внутрішню точку зору (реакцію, роздуми, розкриття) та чіткі межі.

Особистий наратив: як писати історію про себе

Тепер, коли ви знаєте, як створювати персонажа, формувати структуру свого сценарію і вибудовувати в ньому сцени, ми хотіли б зупинитися на ще одній грані сторителінгу – написанні історій про себе.

Що важливо при написанні історій про себе? Розгляньмо 5 основних моментів, які, на нашу думку, потрібно знати майбутнім фахівцям теле- та кіноіндустрії:

1. Концептуальна межа між фікшн та нон-фікшн. У сучасному сторителінгу межа між художньою літературою (з англ. fiction) та документальною прозою (з англ. non-fiction) є надзвичайно тонкою. Написання історій про себе — це не просто переказ подій, а вибір конкретних елементів досвіду для побудови цілісного наративу.

Ключовим є використання інструментарію художньої літератури для посилення документальних історій. Досвідчений автор не просто відтворює реальне життя, а конструює з нього історію, де здатність читача розрізнити вигадку та реальність стає мінімальною.

2. Рецептивна естетика: читач як центральний персонаж. Фундаментальним принципом творчого письма є перехід від письма «для себе» (щоденник) до письма «для аудиторії» (творчий сторителінг). Тобто варто зрозуміти, що хоча ми пишемо про власний досвід, однак найголовніший у вашій історії не Ви, а глядач або читач.

У театрі це називається позицією «три чверті»: актори говорять так, щоб бути почутими глядачем, навіть якщо розмовляють між собою, не відвертаючись спиною до залу. Це говорить про потребу орієнтації на перформативність тексту.

3. Стратегії вибору теми та конфліктологія

Цікава історія неможлива без конфлікту. При виборі теми режисерам та сценаристам, які починають творчий шлях, слід орієнтуватися не на «незвичайність» подій (як-от політ на Місяць), а на глибину теми. Навіть буденна тема, як, скажімо, друге весілля у 50 років, стає вартісною завдяки унікальному авторському голосу та розриву між тим, що люди говорять і що вони насправді відчувають. Автор має чітко розрізняти, що читач хоче знати і що йому потрібно знати для розуміння суті конфлікту тієї чи іншої історії. Також можна використовувати при написан-

ні персонального есе «ефект Кліфхенгера» (з англ. Cliffhanger effect) – психологічного явища, коли різко перервана, невіршена або напружена розповідь змушує аудиторію шукати завершення. Використовуючи бажання мозку розв'язати відкриті цикли (ефект Зейгарнік, який полягає у тому, що людина краще запам'ятовує інформацію, що стосується незавершених справ, а не тих, що добігли кінця), ця техніка запускає дофамінові антиципації (тобто прогнозування, передбачення), посилюючи емоційну залученість та заохочуючи до подальшого перегляду або читання. У мемуарах також доцільно використовувати прийом обриву оповіді на піку зацікавленості, щоб стимулювати читача до подальшого споживання контенту.

4. Етичні дилеми та межі відвертості. Робота з мемуаристикою вимагає аналізу етичних ризиків. Правда може спрацювати як «двосічний меч»: чесність у сторителінгу вимагає готовності розкривати власні неприємні риси так само прискіпливо, як і риси інших людей. Наприклад, автор мемуарів може розкрити перед читачем власну ксенофобію, якщо це потрібно для глибшого аналізу суспільних проблем.

Письменниця Емі Блум зауважує, що неможливо бути повністю чесним у письмі, поки живі батьки; цей фактор діє як обмежувач швидкості (з англ. speed bump). Ще однією дилемою є вибір між есе та фікшн: якщо реальна подія (наприклад, акт домашнього насильства) є занадто травматичною або етично складною для близьких, автор може «поховати» її під шарами художньої вигадки, змінивши деталі та імена.

5. Необхідність практикумів для переходу від писання «в стіл» чи у щоденник до публічного тексту. Для цього існує техніка «хронологічного картування», яка передбачає, що автор поступово нашаровує деталі на розповідь, врешті роблячи її публічною. Ось як С. Сайрафієзаде пропонує її виконувати:

1. Інвентаризація досвіду. Пронумеруйте сторінку відповідно до вашого віку. Для кожного року життя запишіть одну важливу подію, що містила конфлікт. Оберіть подію, яку хочете розвивати.

2. Деталізація контексту. Описуючи подію, надавайте лише ті деталі, що працюють на розкриття основної проблеми (наприклад, опис кімнати має підкреслювати відчуття клаустрофобії, якщо це є темою есе).

3. Перехід у прозу. Візьміть схематичний, неграматичний запис із щоденника та трансформуйте його у відшліфоване речення, орієнтоване на зовнішнього читача.

Пам'ятайте і про необхідність формування критичного ставлення до власного досвіду як до матеріалу, що підлягає художній обробці та стратегічному плануванню. Що ретельніше ви поставитеся до написання історії, то більше шансів, що вона стане успішною.

Запитання для самоконтролю

1. У чому полягає концепція «трьох вимірів характеру» Л. Егрі?
2. Чим сцена відрізняється від епізоду?
3. Які п'ять ключових запитань необхідно поставити при створенні динамічного персонажа?
4. Що формує арку персонажа?
5. У чому полягає різниця між особистим щоденником та творчим сторителінгом?

РОЗДІЛ 3. СТОРИТЕЛІНГ У ТЕЛЕВІЗІЙНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Структура сюжету

У цьому посібнику ми розглядаємо сторителінг у різних його проявах – не лише у кіно і телесценаріях, а й на телебаченні і зокрема в інформаційно-розважальній журналістиці. Програми новин також використовують сторителінг.

Для того, щоб постійно підтримувати глядацький інтерес, інформаційні журналісти використовують ряд правил побудови тексту. Автор посібника у кандидатській дисертації здійснив узагальнення структурних елементів сюжету інформаційно-розважальної програми, які привертають увагу телеглядача. Тож є пропозиція розглянути структуру на прикладі сюжету про недогрів води у мешканців будинку в столиці, що вийшов у програмі «Абзац!» 24.09.2015 р.:

1. «Затравка». Це сленгове поняття означає емоційно-насичені аудіовідеокадри на початку сюжету з метою привернення уваги: коротка пряма мова, експресивні вислови, що передають страх, радість, гнів, сум, відразу чи здивування. По суті, це «перцептивний гачок». У розглянутому сюжеті це плач дитинки, яку миють у ванній.

2. Персоніфікована історія, у якій окреслено проблему сюжету через визначений вплив на життя конкретної людини (тато з 9-місячною дитиною на руках розповідає, як гріє щодня ванну води для, того щоб викупати малюка).

3. Суть історії (що? де? коли?). У сюжеті йдеться про те, що люди платять за гарячу воду за новими тарифами у повному обсязі, у той час як із крану тече ледь тепла вода.

4. Початок експерименту, якщо він є (у цьому сюжеті нема,

але, наприклад, у сюжеті «Чи повернуть депутати 100 гривень, які їм випадково впали на картку» після п.3. реалізовано п.4: розпочато експеримент, суть якого полягає у тому, що журналіст переказує депутатам гроші на картку).

5. Розвиток дії як традиційний елемент. У сюжеті про недогрів води – це розмова з представником служби 1551 щодо заявок про вирішення проблеми. Візит журналіста до ЖЕКу з проханням дізнатися, на якому етапі розгляд заявок споживачів води. Досягнення домовленості з головним інженером ЖЕКу про з'ясування деталей ситуації і наступну зустріч. Запит до «Київенерго» про перерахування людям тарифу на гарячу воду. Знову зустріч з головним інженером ЖЕКу. Перевірка журналістом температури води в бойлерній.

6. Кульмінація. З'ясування між ЖЕКом і «Київенерго», хто є винуватцем ситуації і має вирішити проблему. Вимірювання представником ЖЕКу температури води у квартирах будинку методом випадкової вибірки, фіксація проблеми недогріву на камеру. Відсутність відповіді на запит телеканалу протягом тижня від «Київенерго» про перерахування квитанцій родині 9-місячного Сашка за недогрів води.

7. Розв'язка. На прикладі інформаційно-розважальної програми «Абзац!» на матеріалах із інтернет-ресурсів та телеефіру можна простежити, що розв'язка полягає у конкретних порадах телеглядачеві, як вийти з ситуації, що склалася. У цьому випадку журналіст знайшов родину з аналогічною ситуацією, якій вдалося вирішити проблему. На прикладі історії цих людей дано пораду: потрібно купити теплोलічильник на воду, який вираховує тариф залежно від реальної температури води. Якщо в сюжеті є експеримент, тут важливо розкрити його результати (наприклад, у сюжеті «Чи повернуть депутати 100 гривень, які їм випадково впали на картку» підбито підсумки, хто з депутатів повернув гроші, а хто ні. Важливо розкрити інтригу саме

наприкінці, щоб втримати увагу глядача до завершення сюжету.

Найважливішими елементами для утримання рейтингів є перший і останній пункти. Композиційна лінія має вибудовуватися у порядку наростання інтриги або конфлікту (має бути збережено драматургію), при чому ефект підсилено музичною відеовідбивкою «Гаряча вода?» між елементами структури. Тримати зв'язок із глядачами допомагають конструкції-звертання до аудиторії: «нараховують вам плату за воду», «вмошуйтеся зручніше», «вгадайте, яка відповідь», що спонукають глядача до активного діалогу. Правильна конструкція сюжету сприятиме зростанню рейтингів. Важливими ознаками при цьому також є актуальність теми і її «близькість» до аудиторії.

Способи досягнення залученості аудиторії

Аби мінімізувати відстань між глядачем і репортером/ведучим новин, телевізійники вдаються до найрізноманітніших ноу-хау і навіть до найдрібніших хитрощів та прийомів. По-перше, «великий план ведучого імітує інтимну дистанцію і примушує глядача відчувати із ним особистий контакт, а діалог між ведучим і гостем створює враження присутності глядача, свій ефект мають також інтершуми, графічні елементи, музичний супровід. Інша грань інтерактивності проявляється завдяки прямим трансляціям, коли глядачі не лише можуть бути певні у достовірності інформації, а й мають можливість «бути присутніми».

Щодо прямої мови персонажів на телебаченні (синхронів), вони мають бути короткими (максимум 20-25 секунд) та влучними, передавати суть і не затягувати темпоритм сюжету. Тут журналіст має подбати, аби слова не були вихоплені з контексту й не спотворили змісту. Тому слід розшифровувати (тобто розписувати на комп'ютері аудіовідеофрагменти розмови) не лише

синхрон, який буде взято до сюжету, а й прив'язані до нього висловлювання. Щодо відеоряду, то журналіст має писати сюжет (зокрема, підібраний до даної роботи цикл матеріалів) «під відео», «думати кадрами», пам'ятаючи, що первинним на телебаченні є відео, і лише потім текст. «Власне формування візуального мислення тележурналіста є важливим трендом сучасної телевізійної журналістики», – зауважує В. Гоян.

За сучасними репортерськими стандартами у сюжеті все має «рухатися, діяти, спонукати, хвилювати, завдяки чому новинні випуски сприймаються, немов щоденний інформаційний телесеріал. Щоб досягти ефекту «маленького кіно», репортеріві треба розпочати творення свого сюжету не з його текстової частини, а з перегляду знятого відео. Добираючи найяскравіші відеофрагменти, автор продумує водночас логіку текстових рішень, а далі припасовує текст до скомпонованого з обраних кадрів відеоряду», – зазначає М. Недопитанський.

У зв'язку з цим операторам дано вказівки знімати динамічніше, а саме: в роботу поступово вводиться зйомка з плеча, а не лише зі штативу. У 2000-х рр. з'явилося неписане правило: наявність одного з видів динаміки у кадрі: або камера має рухатися, або в статичному кадрі має рухатися предмет.

У випадках, коли бракує відеоряду, а на додаткові зйомки не вистачає часу, можна звернутися до архіву (й обов'язково вказати про це – поставити на кадри титр «Архів»). Проте до такого відео слід ставитися обережно і звертатися лише у тих випадках, коли це виправдано. Так було у випадку із сюжетом «Чи поїде Василь Лазарович на Євробачення». Від завершення прес-конференції до ефіру – півтори години, а відеоряду з прес-конференцій по можливості слід уникати через безбарвне і «брудне» зображення, де у кадр потрапляють штативи телекамер колег, сумки журналістів з апаратурою тощо. У результаті текст було перекрито архівними кадрами з минулорічних

змагань цього конкурсу. Також було взято відеоряд з кліпів В. Лазаровича. Таким чином, планів з прес-конференції уникнено, а динаміку сюжету збережено. Крім того відеоряд може бути доповнений схемами та діаграмами для полегшення сприйняття інформації.

Щодо звукового супроводу, то його можна брати з проплатеної телеканалом бази або замовляти за плату, передбачену авторським правом. Музичний твір без дозволу власника авторських прав використовувати заборонено, окрім пісень, що є надбанням суспільства і стали народними. Також слід пам'ятати, що в інтернеті існують відкриті бази з саундтреками, які є у публічному доступі і які можна вільно і цілком законно використовувати для своїх потреб.

Мистецтво вдалого початку

Щодо тексту, то він також має бути динамічним. Без складних синтаксичних конструкцій і складнопідрядних речень. Фрази мають бути прості, містити активні дієслова. Слід уникати «сухої мови», проте не можна допускати й оціночних суджень, адже журналіст – лише комунікатор. Дуже важливим є перше речення: воно має бути влучним, коротким, аби привернути увагу глядача. Це речення необхідно визначити після того, як найяскравіші моменти віддано ведучому у підводку до матеріалу. Отже, початком може стати:

1. Коротке речення, яке зацікавить («Знайомтесь: інспектор Петренко! Він – не справжній. Він – робокоп»).

2. Синхрон. Як-от у сюжетах «Люки-вбивці»: «Владиславу вже, певно, легше, тому що вже не так болить, вже чуть веселіше. Ну все одно утрішні перев'язки, уколи, плаче...але терпить». З відеоряду видно, що на останніх словах батько зробив паузу і дуже «щемливо» вимовив «але терпить». Це і є ті два слова, що можуть

«зацепити» аудиторію. У репортажі «День театру» на початку «говорить» лялька, запрошуючи прийти на виставу.

3. Стенд-ап. У сюжеті про можливу повінь було окреслено проблему у кількох реченнях і передано пораду працівників МНС «не розслаблятися». Чому саме працівники так зазначили, розповідається у репортажі.

4. Персоніфікований початок. Це початок не з опису події, а з історії конкретного героя («У семирічної Софійки ноти є»).

5. Інтершум. У сюжеті про виселення з гуртожитку знімальна група «Нового каналу» приїхала на зйомку раніше і відзняла відеоряд, як жінка, яку виселяють, вибиває скло, аби потрапити до себе у квартиру. Цей фрагмент є сильним з погляду емоцій та конфлікту між бажаним і дійсним: бажанням жити у своєму помешканні та неможливістю його здійснити. Конфлікт у сюжеті будь-якої форми (навіть якщо це сюжет про балет) має бути присутнім, інакше глядач не матиме інтересу (мотивів) подивитися цей відеоматеріал.

Отже, сторителінгу в телевізійній журналістиці також відведено важливе місце, зокрема в інформаційно-розважальному жанрі. Тепер ви знаєте композиційну структуру сюжету, яка включає емоційні «гачки», персоналізацію проблеми, розвиток конфлікту та практичну розв'язку. Резюмуємо, що ретельну увагу також варто приділяти візуальній динаміці, де першочергову роль відіграє якісний відеоряд, використання інтершумів та монтаж «під картинку». Щодо техніки написання текстів, вони мають складатися з лаконічних речень з активними дієсловами для підтримки темпоритму. Дотримання цих правил допомагає медійникам утримувати увагу аудиторії та підвищувати рейтинги програм завдяки ефекту присутності. Якщо робити усе правильно, сучасний репортаж буде схожим на «маленьке кіно», де кожна деталь працює на драматургію історії.

Запитання для самоконтролю

1. Які основні елементи структури сюжету допомагають утримувати увагу телеглядача?
2. Як журналісту створити ефект «маленького кіно» за допомогою відео й тексту?
3. Які прийоми та «хитрощі» використовують на телебаченні для зближення з аудиторією?
4. Назвіть 5 варіантів початку сюжету для привернення уваги глядача.
5. Який має бути в середньому хронометраж синхрону на телебаченні?

РОЗДІЛ 4. ТРАНСМЕДІЙНИЙ СТОРИТЕЛІНГ У СУЧАСНОМУ МЕДІАВИРОБНИЦТВІ

Основні терміни та поняття

Трансмедійний сторителінг — це практика, що безперервно еволюціонує. Оскільки нові технології змінюють способи створення, розповіді, розповсюдження та взаємодії з контентом, саме визначення цього терміна постійно трансформується. У сучасному медіаландшафті ми спостерігаємо такі явища, як трансмедійні новини, трансмедійна документалістика, трансмедійний брендинг, трансмедійний активізм та мобілізація, а також трансмедійна освіта.

Фундаментальним для нашої дисципліни є визначення Г. Дженкінса, професора Університету Південної Каліфорнії та провідного експерта із залучення до цифрової культури: «Трансмедіа сторителінг — це процес, у якому ключові елементи художнього твору систематично розпорошуються між декількома каналами доставки з метою створення цілісного та скоординованого розважального досвіду». Серед українських науковців трансмедійний сторителінг ретельно вивчала дослідниця А. Зелінська, окресливши у своїй праці основні поняття, прийоми створення історій такого типу та їхню промоцію. У праці зокрема йдеться про трансмедійний сторителінг як спосіб створення історії, який дозволяє аудиторії брати участь у процесі розповіді історії (за К. Молоні) та трансмедійний сторителінг як спосіб створення всесвітів, які можуть досліджуватись аудиторією (за К. Сколарі).

За матеріалами Coursera (QR-код 4.1) трансмедійні моделі являють собою розширення назовні, що охоплює майже всі форми медіавиробництва впливає на різні сфери сучасної культури. Іншими словами, трансмедійний сторителінг — це стратегія,

де окремі елементи великого наративу розкриваються для різних аудиторій через низку технологічних платформ.

QR- код 4.1 «Презентація до розділу про трансмедійний сторітелінг»
(джерело: Coursera)



Для розробки ефективної стратегії важливо розуміти взаємозв'язок трьох китів трансмедіа: **історії** (з англ. story), **технології** (з англ. technology) та **аудиторії** (з англ. audience). Далі ми розберемо ці три складові детальніше.

Світобудова як хребет всесвіту історій

Багато хто з нас знайомий з основним поняттям «історія». Ми всі переживали і проживали їх протягом життя у різних формах. У попередніх розділах ми вивчали, як будуються історії, а зараз важливо зрозуміти, чим вони відрізняються у трансмедійному контексті. Гарна історія є основою трансмедійного досвіду. Однак вона не обмежується одним наративом.

В основі трансмедіа лежить не просто сюжет, а цілісний **наративний всесвіт** (з англ. storyworld). Традиційна структура фокусується на головних героях та їхньому безпосередньому контексті світу, у якому вони існують. Трансмедіа ж виходить за ці межі. Для глибшого розуміння розглянемо, як трансмедійна модель реалізована у найуспішніших медіафраншизах світу і зробимо практичний аналіз глобальних кейсів. Ось декілька кейсів для аналізу.

Кейс №1: «Червоний каптюрик» у трансмедіа-контексті.

Якщо розглядати казку класично, ми маємо лінійний сюжет, де головними героями є Червоний капелюшок, Бабуся, Вовк і Мисливець, а історія зосереджена на тому, як Вовк відволікає Червоного каптюрика дорогою до бабусиноного будинку, щоб з'їсти стареньку, вбратись у її одяг і чекати на дівчинку, але Мисливець рятує ситуацію. Більшість з нас знайома з центральною історією, проте чи замислювалися ви коли-небудь про ширший світ, у якому живуть персонажі? Місце за межами безпосередніх подій? Якщо ми поглянемо на це як на **світ**, з'являються нові виміри:

- світ, де тварини наділені антропоморфними рисами (наприклад, здатність говорити);
- світ з особливими правилами природи та магії;
- світ, де існують нерозказані історії інших персонажів (наприклад, дитинство Вовка або доля Мисливця);
- врешті, світ, де людину можуть вирізати зсередини тварини після того, як її з'їдять, і вона вийде цілою та неушкодженою.

У такому світі набагато більше можливостей, набагато більше персонажів, набагато більше потенційних історій, які чекають на те, щоб їх розповіли.

Унікальні події в оригінальній історії передбачають іншу реальність, ніж ту, яку ми переживаємо у нашому власному реальному світі – світі з чіткими та виразними правилами. Настільки відмінними, що якби ви побачили зовсім іншу історію, побудовану навколо тих самих правил, ви б упізнали її як таку, що належить до ширшого світу Червоного каптюрика. Трансмедійний досвід оповіді працює на цій концепції.

Світ історії – це хребет, з якого можна створювати, поширювати та додавати нескінченну кількість нових історій або аспектів основного наративу. Усі вони – окремі цілісні історії самі по собі, але всі дотримуються тих самих правил реальності, що робить їх чітко приналежними до більшого, складнішого, спільного центрального світу. Наприклад, замість того, щоб розповідати тут саму історію про Червоного каптюрика через різні медіа, трансмедійний підхід може включати багато різних історій з більшого світу, з якого походить головна героїня казки, розказаних по-різному. Вони можуть зосереджуватися на інших невідомих персонажах або подіях – наприклад, нерозказана історія дитинства Вовка, або історія про інших тварин, що розмовляють, яких переслідують люди у помсту за злочин Вовка. Кожну з цих історій можна розглядати як окремий досвід, але кожна з них повинна мати достатньо спільних концептуальних зв'язків, щоб мати сенс разом.

Таким чином, у трансмедіа-проєкті ми не переказуємо ту саму історію в різних медіа. Ми створюємо нові, автономні фрагменти великого світу. Кожна історія є самодостатньою, але всі вони мають спільні «гачки», що об'єднують їх у єдину систему.

Відповідно, на основі книги про «Червоного каптюрика» було створено масу продуктів, наприклад, детективний роман І. Светек (мотиви казки адаптовані у формат трилера), фільм «Червоний каптюрик» (німецька сімейна казка 2012 р.), різноманітні настільні ігри, головоломка «Червоний капелюшок» від Smart Games (розвивальна гра для дітей на логіку та побудову маршрутів), The Path (психологічна відеогра-жахастик, натхненна казкою магичних сімей, які не увійшли до книг та фільмів, де гравці керують шістьма сестрами, що йдуть через ліс, тощо).

Таким чином, відбувається перехід від серіальності до трансмедійної множинності. Ми звикли до серіальності на теле-

баченні, де сюжет розгортається поступово та лінійно. У трансмедіа концепція інша: ми взаємодіємо з безліччю пов'язаних елементів одночасно або в будь-якому порядку, формуючи власну, об'ємну картину всесвіту.

Тепер можемо перейти до другого кейсу, який пропонуємо розглянути на основі історії, яку вже аналізували під час розбору драматургічних структур – історії про Гаррі Поттера.

Кейс №2: «Гаррі Поттер» (фантазійна медіафраншиза та спільний вигаданий всесвіт Wizing World). Франшиза про «хлопчика, що вижив» давно вийшла за межі семи книг Дж. К. Роулінг, створивши багатозарову архітектуру. Рівні, на яких можна розглядати історію про Гаррі Поттера:

1. Література (серія із 7 фантастичних романів Дж. К. Роулінг): основа, що задає правила цього вигаданого світу.

2. Вісім фільмів про Гаррі Поттера за сюжетами книг, серед яких «Гаррі Поттер і дари смерті – частина 2» – кіно із касовим збором на загальну суму понад 1 мільярд доларів, а це 8 місце серед найбільш касових фільмів в історії кінематографа.

3. Цифрова платформа Pottermore (зараз WizingWorld.com): унікальний приклад розширення наративу, де читач проходить «сортуння» на факультети, отримує власну паличку та читає ексклюзивні тексти про історію.

4. Приквели («Фантастичні звірі»): розширення світу в часі та географії (США, Франція, Німеччина 1920-х років).

5. Театральні вистави («Гаррі Поттер і прокляте дитя», п'єса, прем'єра якої відбулася у Лондоні 2016 р.): перенесення історії у новий медіум, що вимагає фізичної присутності.

6. Тематичні парки (Universal Studios): можливість фізичного занурення в «реальний» простір Гогвортсу, де «технологією» виступає сама архітектура та інтерактивні декорації.

Пропонуємо розглянути ще один кейс як ідеальний зразок **світотобудови**, що передувала самому поняттю трансмедіа – «Володар перснів» Дж. Р. Р. Толкіна та Середзем'я як місце дії його найвідоміших творів («Гобіт», «Володар перснів», «Сильмариліон»).

Кейс №3: «Володар перснів» та світ Середзем'я (англ. Middle-earth). Характерні для цього кейсу ознаки трансмедійного сторителінгу такі:

- текстуальна глибина: книги містять додатки з мовами, генеалогіями та хронологіями, що є ідеальною «сировиною» для трансмедійних розширень;
- відеоігри (наприклад, Middle-earth: Shadow of Mordor): ігри не просто повторюють шлях Фродо, а пропонують нових героїв та події, що відбуваються паралельно або між подіями «Хоббіта» та «Володар перснів»;
- серіал («Персні влади»): використання епох, що лише згадувалися в основному тексті, для створення масштабного візуального наративу;
- карти та артефакти: Середзем'я сприймається аудиторією як реальна географічна та історична одиниця, що стимулює колективний пошук фактів.

Технологічна конвергенція та екосистеми

Другим фундаментальним елементом трансмедійного сторителінгу є використання цифрових технологій. Сьогодні традиційні методи (книги, фільми) доповнюються відеоіграми, віртуальною та доповненою реальністю (з англ. VR/AR), інтерактивним кіно та соціальними мережами. Пропонуємо так само розглянути цей елемент в дії на прикладі конкретного практичного кейсу.

Кейс про сагу «Зоряні війни». Це насамперед кінофраншиза, всесвіт якої настільки величезний, що він охоплює майже всі види медіа. Розпочавшись як один фільм Дж. Лукаса у 1977 році (лінійний досвід), проєкт перетворився на гігантську екосистему:

- фільми та серіали: основні сюжетні арки (як-от космічний вестерн «Мандалорець»);
- мультфільми (анімаційний серіал «Війни клонів» на 7 сезонів);
- комікси та книги: розширення біографій та другорядних ліній (наприклад, читацькі серії про Вищу Республіку на офіційному сайті StarWars.com);
- ігри: інструменти для створення користувацьких історій за встановленими правилами всесвіту;
- іграшки та сувеніри, як-от конструктори, фігурки персонажів Грогу, Дарта Вейдера чи Люка Скайвокера (ця франшиза є однією з найуспішніших в історії з точки зору продажу супутніх товарів, наприклад, іграшки з малюком продаються мільйонами);
- фанфікшн та онлайн-спільноти: активне залучення аудиторії до розширення канону (процесу додавання нових офіційних історій, персонажів та подій до вже існуючого вигаданого всесвіту).

Отже, **трансмедіа** — це ціла екосистема, де наратив і технологія конвергують (зливаються). Це дає фахівцям нове «полотно»: сценарист більше не обмежений лінійним переходом пункту А до пункту Б. Ви даєте глядачеві можливість приймати рішення, не втрачаючи при цьому якості оповіді.

Нова роль аудиторії: колективний інтелект

Настав час перейти до третього «кита», на якому тримається трансмедіа — аудиторії. У сучасному сторителінгу ми живемо в умовах культури конвергенції. Тут перетинаються старі та нові медіа, корпоративні інтереси та ініціативи фанатів, які є важливими учасниками трансмедійного всесвіту. Цей перетин умовно відбувається на трьох рівнях:

1. Пасивне споживання, коли глядач лише спостерігає за початком, серединою та кінцем.
2. Активна участь, де трансмедіа пропонує безліч «точок входу». Глядач сам обирає глибину занурення.
3. Заповнення прогалин, за якого між різними медіа-елементами виникають лакуни, які аудиторія заповнює самостійно через обговорення, дослідження та власну творчість.

Цей процес створює те, що філософ П. Леві назвав **«колективним інтелектом»**, коли група людей спільно створює та визначає банк знань про наративний світ.

Отже, трансмедіа сторителінг дозволяє втамувати «інформаційний голод» фанатів, пропонуючи передісторії (з англ. backstory) та паралельні сюжети (з англ. side story), використовувати кожен інструмент (від мобільного додатка до живої вистави) відповідно до його унікальних можливостей та створювати відчуття живого світу, що розвивається навколо аудиторії 24/7.

Ваша задача як авторів творчих екранних проєктів — не просто написати сценарій, а спроєкувати архітектуру всесвіту, де кожна технологічна платформа додає новий вимір до базової історії. Утім важливо також розуміти, що жодна людина не здатна самотужки досконало знати повний спектр медіаплатформ і технічних прийомів, необхідних для створення повноцінного

трансмедійного продукту. Тому критично важливо будувати колаборацію із творчою командою (співпрацю) із самого початку проєкту.

В освітньому контексті (на прикладі Університету Південної Каліфорнії) впроваджується підхід, який навчає студентів мислити категоріями коміксів, ігор, телебачення та кіно паралельно. Мета полягає першочергово не в тому, щоб кожен став універсальним солдатом, а в тому, щоб навіть спеціалізуючись на одній формі виробництва, майбутні професіонали, потрапляючи у креативну команду, розуміли «мову» своїх колег. Вони повинні мати достатнє розуміння технік, що використовуються в суміжних медіа, щоб ефективно комунікувати в процесі співпраці та працювати разом задля досягнення спільного результату.

Щодо моделей організації трансмедійного виробництва, то їх на даний час існує дві:

1. Повністю інтегрована компанія. Яскравим прикладом є ***Mirada*** — продюсерська компанія Гільєрмо дель Торо. Вона була задумана як трансмедійна студія від самого початку. У її штаті працюють фахівці, здатні створювати контент для різних платформ, а сам дель Торо глибоко розуміє, як розповідати історію через різні медіа.

2. Консалтингова модель. Такі компанії, як ***Starlight Runner***, ***Campfire*** або ***Chaotic Good*** працюють за іншим принципом. Їх залучають уже після того, як фільм (або основний продукт) був задуманий. Їхнє завдання — запропонувати стратегії та розробити розширення історії для інших платформ.

Незалежно від моделі, успіх вимагає довіри, спільної професійної мови та розуміння загальної мети проєкту. Це вимагає відмови від егоцентризму («моя технологія краща», «ми зробимо так, бо це найкраще для мого медіа») на користь системного планування.

Всюдисуцність трансмедіа

Реальність полягає в тому, що на час написання цього посібника (2023-2026 рр.) всі медіа та всі світи історій певною мірою стали трансмедійними. До прикладу, спорт — це величезний трансмедійний світ (матч на стадіоні, трансляція, статистика в інтернеті, обговорення в соцмережах), мода та одяг також можуть бути елементами трансмедійного світу. Щоразу, коли ми переходимо з однієї платформи на іншу (наприклад, подивившись гру по телевізору, а наступного дня читаючи про гравців на улюбленій онлайн-платформі), ми здійснюємо трансмедійний зв'язок.

У найближчому майбутньому дистанція між цими платформами скоротиться до нуля. Все стане суцільно трансмедійним.

І тут є потреба зазначити, що виникла проблема через часте вживання терміну «трансмедійний». Багато хто вважає саме слово «трансмедіа» дискредитованим або «забрудненим», намагаючись уникати його на бізнес-зустрічах чи редакційних «летючках». Це пов'язано з тим, що за останні роки термін часто використовували недоречно та викривляли його суть, що призвело до девальвації поняття. Ймовірно, «трансмедіа» — це тимчасовий термін, який з часом або зникне, або видозміниться. Так само як слово «мультимедіа» зараз майже втратило сенс, оскільки все навколо стало мультимедійним. Ми рухаємося до всесвіту, де всі медіа є цифровими та взаємопов'язаними.

Навіть якщо сам термін зникне, потреба у розробці найкращих практик для створення досвіду, який виходить за межі одного носія, залишається актуальною. Нам потрібно вчитися проєктувати речі, які більші за будь-яке окреме медіа, і максимально скорочувати дистанцію між ними.

Хоча світ рухається до цієї точки, але чіткі зв'язки між платформами ще не налагоджені ідеально. Досі існують значні

розриви. До прикладу, перехід від фіналу 7-го сезону серіалу «Баффі — переможниця вампірів» (на платформі Netflix) до початку 8-го сезону, який вийшов у форматі коміксу (від видавництва коміксів Dark Horse), вимагає від глядача значних зусиль через проблему розривів між історіями, зокрема зумовлених браком фактів, окремих деталей. Саме ця необхідність здійснювати «стрибок» між платформами є причиною того, що критики часто звинувачують трансмедійний сторителінг у тому, що він є нішевим продуктом для хардкорних гіків, тобто людей, чиє захоплення певною темою виходить далеко за межі звичайного інтересу. Щоб пояснити поняття «хардкорний гік» (з англ. hardcore geek) скористаємося попередньо розглянутим у цьому розділі кейсом про «Зоряні війни»: якщо пересічний глядач просто дивиться «Зоряні війни», то хардкорний гік знає назву кожної моделі зорельота та біографію актора, який грав штурмовика у третьому ряду. Оскільки такі глибокі знання є не у всіх глядачів, то у частини аудиторії може з'явитися проблема у розумінні історії при переході з однієї платформи на іншу.

Запитання для самоконтролю

1. Сформулюйте класичне визначення трансмедійного сторителінгу за Г. Дженкінсом.
2. Назвіть «трьох китів» трансмедіа. Яким чином взаємодія між ними визначає успіх проєкту?
3. Що таке світобудова і чому вона вважається ядром проєкту? Чим цей підхід відрізняється від традиційного лінійного сюжету?
6. У чому полягає проблема розривів? Як необхідність здійснювати «стрибки» між різними платформами впливає на сприйняття продукту аудиторією?

РОЗДІЛ 5. НАЙПОШИРЕНІШІ ПОМИЛКИ ПРИ НАПИСАННІ ІСТОРІЙ

Специфіка роботи над помилками у кіносценаріях

Тепер, коли ви знаєте, як потрібно вибудовувати історії, звернемо увагу на те, як не потрібно це робити. Пропонуємо розглянути типові помилки, які найчастіше трапляються при створенні розповідей. Тож що може зруйнувати вашу історію?

1. Недостатня презентація. Якщо слухачі не можуть поставити себе на місце героя, емоційний зв'язок не виникне. Коли до героя нема емпатії чи антипатії, то глядачеві нема за що «зачепитися». Мовою термінів, не буде перцептивного гачка – гачка, на який «чіпляються» глядачі і починають знайомитися з вашою історією. Байдужість до героя – серйозний ворог історії.

2. Слабкий конфлікт або його відсутність. Конфлікт — це енергія історії. Без ризику та небезпеки розповідь не рухається, не розвивається, не «чіпляє» і не працює.

3. Відсутність сенсорних відчуттів. Інтелектуальний опис не замінить емоцій. Потрібно описувати страх, холод, паніку чи спрагу через основні органи чуття: зір, слух, нюх, смак, дотик. Ось як розповідає про своє знайомство з Індією Г.Д. Робертс у книзі «Шантарам»: «Перше, на що я звернув увагу в Бомбеї, – незвичний запах. Я відчув його вже в переході від літака до будівлі аеропорту – цей запах був приємний, він збадьорив мене, коли я, вирвавшись на свободу, знову ступив у великий світ, проте він був мені не знайомий. Тепер я знаю, що це солодкий і тривожний запах надії, котра знищує ненависть, і водночас ядучий і кислий дух жалоби, котра знищує любов. Це запах богів і демонів, зруйнованих імперій і нових цивілізацій. Це блакитний

запах морського бризу, що відчувається в будь-якій точці міста на сімох островах, і криваво-металевий запах машин. Це запах марноти і супокою, дух життєдіяльності шістдесятьох мільйонів істот, половина з яких – людські істоти і щурі. Це запах любові й розбитих сердець, боротьби за виживання і жорстоких поразок, що гартують нашу мужність. Це запах десятка тисяч ресторанів, п'ятьох тисяч храмів, могильників, церков і мечетей, а також сотень базарів, де торгують парфумами, прянощами і квітами».

4. Погляд ззовні. Глядач більше співпереживає, коли бачить події «зсередини» серця та розуму героя, тоді він стає активним спостерігачем, або й відчуває себе безпосереднім учасником історії.

5. Фактор везіння. Якщо перемога досягнута завдяки щасливому випадку, історія нічому не вчить. Герой має пройти крізь боротьбу та страждання, пережити трансформацію засвоїти урок, зробивши висновок.

6. Надлишок сюжетних ліній. Спроба розповісти кілька історій одночасно веде до втрати уваги та плутанини. Паралельна структура, коли історії розвиваються паралельно одна з одною, можуть бути доречні, але не у 100 відсотках випадків, і їх не має бути надто багато.

7. Забагато моральних висновків. Основний висновок має бути один. Однієї головної думки цілком достатньо.

Специфіка роботи над помилками у телесценаріях

Описані вище принципи, поради і правила стосуються і кіноіндустрії, і телевізійної сфери, але коли йдеться про журналістські сценарії, варто звернути увагу на деякі нюанси, які можуть бути більш притаманні сфері телебачення. Ми виокремили так

само 7 пунктів, якими «грішать» початківці, коли починають свій шлях на телебаченні. Отже, найпоширеніші помилки, яких припускаються журналісти, ведучі, сценаристи під час створення інформаційно-розважального та розважального контенту:

1. Історія створюється, спираючись на місце дії чи події: виставка песиків, проведення прес-конференції (тобто у фокусі – інформаційний привід, а не постановка конкретної проблеми чи організація оригінального сюжету програми), у той час як слід фокусуватися на новині. Наприклад, виставка песиків – це не новина, а от те, що бордоського дога Фанфана-Тюльпана визнали найкращою собакою виставки – це новина, у процесі якої розкриються деталі.

2. Все занадто просто. Відсутність у сценарії небезпеки, перепон, напруги, переборювання героєм самого себе. Буденно. Повсякденність – це те, що люди і так бачать щодня, а отже, вона не для розповідей – історій. Тут напрошується невмируща цитата редактора газети «New York Sun»: «Якщо собака вкусила людину, це не новина, а от якщо людина вкусила собаку, – це вже новина».

3. Орієнтація на визначений заздалегідь результат у реаліті-шоу. Жорстка сценарність допускається лише для постановочних жанрів, але не для реалітійних.

4. Трансляція сценаристами лише власного світовідчуття, а не пізнання нового. Поверховість під час написання сценарію.

5. Будь-який поворот в сценарії має бути обґрунтованим. Треба відповісти на питання «для чого персонажу це і як це змінить його життя чи світогляд?», інакше матеріал втратить глибини, а програма – довіру глядача.

6. Задовгі фрази. Текст має бути динамічним, без складних синтаксичних конструкцій і складнопідрядних речень. Він має складатися із конкретних понять (абстрактні поняття не бажані), щоб аудиторії було легко сприймати його навіть тоді, глядач

вона не бачить, що відбувається на екрані. Уявіть, що ви відволіклися на приготування салату, але фоново продовжуєте слухати телевізійну історію. Текст має бути таким, щоб ви розуміли, про що йдеться, навіть без відеоряду. Наприклад, замість «миська влада приділяє увагу оновленню інфраструктури парку» краще написати «у парку встановили три перші лавки та поклали свіжий асфальт на центральній алеї». У посібнику представлено зразок невеликих форм телевізійних текстів – начиток ведучого у студії (ВМЗ) та сюжетів (Див. Додаток Б.1).

7. Штампі і «затертість» виразів у текстах, як-от: «вирішується доля героя», «найголовніша подія його життя», «такого ще не було», «розмели, як гарячі пиріжки», «пройшло крізь долю червоною ниткою». Підкреслимо, що у розважальній журналістиці автор має більше свободи у демонстрації багатства української мови. Про важливість якісного підбору лексики в аудіовізуальних творах авторові посібника зазначила і редактор, ведуча «UA:Перший» Леся Красун: «Нині є безліч можливостей полегшити інформацію, зробити її доступною й водночас «смачною». Наприклад, у Китаї останній тиждень перед Новим роком – сезон масової міграції людей. Мільйони люду займають вокзали та сновигають в різні боки. На вокзалі в Гуаньчжоу зібралося сто тисяч пасажирів. Можна сказати, що вокзал переповнений, що там дуже тісно. А можна знайти колоритні синоніми, які не вплинуть на зміст. Сказати, що на вокзалі в Гуаньчжоу – ногою ніде ступити, горішкові ніде впасти, ніде голки встромити. Можна сказати, що йде сильний сніг, а можна згадати хурделицю, сніговицю, метелицю. Сипле як з рукава. Завірюха крутить. Завіхолило, захурделило, закурило. Слова різні – значення одне. Ніхто не забороняє досліджувати мову і вишукувати синоніми. Інша річ – політика, заяви чиновників, рішення судів. Подібні речі потрібно передавати максимально точно, аби не спотворити їхній зміст (див. Додаток Б.2).

Процес редагування та доопрацювання

Продовжимо роботу над удосконаленням ваших творчих проєктів через процес редагування та доопрацювання. Завершення чернетки є лише початком роботи над рукописом. Тепер прийшов час переглянути свою роботу, що допоможе вам побачити свій сюжет по-іншому. У процесі доопрацювання своїх телевізійних або кінопроєктів рекомендуємо скористатися контрольним списком із 21 пункту Б. Скайхорса, який ми адаптували до дисципліни «Сторителінг»:

1. Легкі виправлення та орфографія. Процес ревізії розпочинається з виправлення технічних помилок, одруківок чи помилок у словах за допомогою перевірки правопису.

2. Вилучення зайвих слів. Кожне речення аналізується на предмет необхідності кожного окремого слова. Слова, що не несуть змістового навантаження, підлягають видаленню. Цей принцип називається «пиши-скорочуй» і означає «прибирай усе, без чого сенс не змінюється». На телебаченні він діє так само. Після того, як журналіст написав свій текст, він переглядає його на предмет слів, які не несуть смислового навантаження, адже у тексті кожне слово має працювати, а не лускати від «води».

3. Усунення пояснень замість показу. Необхідно вирізати місця, де автор «думає за читача». Важливі моменти мають бути продемонстровані через дію на сцені, щоб читач міг зробити власні висновки, а не просто через опис словами.

4. Скорочення сценічних вказівок. Слід уникати надмірного опису фізичних переміщень персонажів (наприклад, покроковий шлях до кухні), зосереджуючись натомість на їхньому внутрішньому стані.

5. Забезпечення послідовної мотивації. Дії персонажа мають бути логічно обґрунтованими. Якщо герой діє нетипово, це має бути результатом його еволюції в сюжеті, а не помилкою автора. Кожна дія персонажа має бути виправдана.

6. Наявність дії на початку. Якщо йдеться про аудіовізуальний твір, на початку обов'язково повинна відбутися конкретна фізична дія.

7. Послідовність історії. Необхідно перевірити, чи є фізичні та емоційні деталі логічними та неперервними протягом усієї розповіді.

8. Перевірка структури сцен. Кожна сцена має бути повною та відповідати контрольному списку з п'яти пунктів (дія, діалог, деталі, внутрішній голос, межі).

9. Активний початок розділів. Кожен розділ і кожна окрема сцена повинні розпочинатися з активної події.

10. Використання активного стану. Слід уникати пасивних конструкцій (наприклад, краще сказати «зробили», ніж «це було зроблено») та лексичних повторів.

11. Ефективність налаштування (сеттингу). Місце дії має бути невід'ємною частиною розповіді. Якщо історію можна перенести в будь-яку іншу локацію без втрати змісту, налаштування вважається неефективним.

12. Правдоподібність персонажів. Кожен герой повинен мати чітке бажання та реалістичні недоліки, які роблять його дії вмотивованими.

13. Переходи між абзацами та розділами мають бути плавними, щоб не «виштовхувати» читача з ілюзії художнього світу.

14. Дотримання структури п'яти актів. Необхідно переконатися, що історія відповідає моделі ABDCE (дія, фон, розвиток, кульмінація, кінцівка).

15. Розкриття ризиків. Автор має чітко пояснити читачеві, чим саме ризикує кожен із персонажів у межах конфлікту. Ризик втратити щось важливе – це мотивація героя до дії.

16. Пояснення наслідків. Аудиторія повинна розуміти потенційні наслідки ризикованих дій героїв для формування емпатії до них. Коли глядач розуміє можливі наслідки, виникає інтрига, невпевненість у найближчому майбутньому і напруга (з англ. *suspense*), а це потужний інструмент для утримування уваги читача/глядача.

17. Функціональність кожного речення. Кожне речення в романі має або поглиблювати розуміння характеру персонажа, або просувати сюжет вперед. Речення, що не виконують жодної з цих функцій, підлягають вилученню.

18. Скорочення обсягу. Другий проєкт рукопису має бути мінімум на 10% коротшим за першу чернетку.

19. Готовність до радикальних змін. Необхідно мати сміливість викинути цілі сторінки або навіть повні чернетки, які не працюють, незалежно від витраченого на них часу.

20. Перевірка відповідності задуму. Слід переконаватися, що «картинка» (візуалізація), яка була в голові автора під час написання, максимально точно та зрозуміло відтворена на сторінці.

21. Відсутність плутанини у сторонніх читачів. Кінцевий етап передбачає залучення «бета-читачів». Робота вважається завершеною лише тоді, коли у сторонньої аудиторії не виникає жодної плутанини щодо того, що насправді відбувається у творі. Тож не бійтеся попросити знайомих чи друзів почитати ваш сценарій і дати зворотній зв'язок, чи все там зрозуміло, чи якісь сцени викликають запитання і потребують доопрацювання.

І насамкінець ще декілька практичних інструментів і порад для написання хорошої історії, адже якісний матеріал – це не експромт, а результат ретельної підготовки:

1. Використовуйте правило 1/3. Витрачайте 1/3 часу на написання тексту, 1/3 — на редагування, і 1/3 — на репетиції та перегляд власного запису на відео (рис. 5.1).



Рис. 5.1. «Ілюстрація до правила 1/3» (зображення згенеровано ШІ)

2. Не забувайте про пряму мову ваших персонажів. Використання прямого діалогу замість непрямого дозволяє змінювати тон, утримувати увагу та робити розповідь багатшою. Врешті, вона забезпечує більшу інтерактивність. Про важливість інтерактивності як забезпечення зв'язку з глядачами, а отже, і зростання лояльності аудиторії до вашої творчості, зазначають і практики телевізійної сфери, зокрема О. Мальчевська (див. Додаток Б.3).

3. Робіть контрольовані паузи. Тиша між описом звичайного життя та сюрпризом підсилює напругу та очікування.

4. Наділяйте персонажів невербальною мовою. Жести та міміка мають підтримувати наратив.

5. Для покращення інтонування для майбутньої начитки тексту в студії використовуйте вправу «мавпування»: подивіться відеовиступ професіонала, на якого орієнтуєтеся, і спробуйте з точністю відтворити його інтонації, паузи та подачу. Бренд войс «Нового каналу» О. Сафін вважає цю вправу однією з найефективніших для студентів.

Запитання для самоконтролю

1. У чому полягає ключова різниця між інформаційним приводом та новиною у телевізійній журналістиці?

2.. Які вимоги існують до структури речень на телебаченні?

3. Поясніть суть правила 1/3.

4. У чому полягає суть принципу редагування «пиши-скорочуй» і на скільки відсотків мінімум має зменшитися обсяг другого проєкту рукопису порівняно з першим?

5. Назвіть 5 пунктів з 21-го контрольного пункту редагування рукопису, які ви вважаєте найкориснішими для себе.

ГЛОСАРІЙ

А

Акт — велика частина історії, яка має свій початок, середину і кінець, і завершується поворотною точкою.

Андердог — герой, який бореться з обставинами, що значно перевершують його можливості; термін, запозичений із собачих боїв, що позначає слабшу сторону, яку придушує сильніший суперник.

Антологія — формат серіалу, де кожен епізод або сезон — це абсолютно нова історія з новими персонажами, сеттингом і сюжетом.

Антагоніст — персонаж або сила, що протистоїть протагоністу і створює перешкоди на його шляху.

Арка героя — трансформація персонажа протягом історії; шлях, який проходить герой від початку до кінця, змінюючись під впливом подій та викликів.

В

Вертикальний сторителінг (процедурал) — тип структури серіалу, де кожен епізод — це окрема, завершена історія з тими ж персонажами. Основний конфлікт вирішується в межах одного епізоду.

Візуальний сторителінг — розповідь історії за допомогою візуальних засобів (композиції кадру, руху камери, освітлення та кольору), що дозволяє передавати інформацію, емоції та підтекст без слів, часто більш ефективно, ніж діалог.

Г

Гібридний сторителінг — поєднання вертикальних та горизонтальних елементів у серіалі, що має наскрізну сюжетну лінію (горизонтальну), але кожен епізод також має свою завершену історію (вертикальну).

Горизонтальний сторителінг (серіальний) — тип структури, де єдина історія розвивається протягом усього сезону або серіалу, а епізоди часто закінчуються на найцікавішому місці (кліфхенгерами).

Д

Діалог — багатофункціональний інструмент, який служить для розкриття характеру персонажа, руху сюжету, створення атмосфери та підтексту, а також для надання інформації (експозиції) природним шляхом.

Е

Експозиція (в українському контексті більше відома як зав'язка) — введення в історію, де відбувається знайомство з головними героями, їхнім світом та вихідною ситуацією; сюди ж за класичним підходом входить і сеттинг.

Екстраговність — принцип трансмедіа, який передбачає можливість забрати елементи історії зі собою у реальний світ (наприклад, через мерчендайз: іграшки, костюми тощо).

Епізод — послідовність сцен, об'єднаних спільною темою, місцем дії або персонажами, що складають завершену частину сюжету (також може означати окрему серію в серіалі).

Ефект Кліфхенгера – термін на позначення явища, коли різко перервана, невирішена або напружена розповідь змушує аудиторію шукати завершення; техніка запускає дофамінові антиципації (прогнозування), посилюючи емоційну залученість та заохочуючи до подальшого перегляду або читання.

З

Зав'язка (в зарубіжному контексті більше відома як експозиція) — занурення в історію, де відбувається знайомство з головними персонажами, їхнім світом та вихідною ситуацією; тут закладаються основи майбутнього конфлікту.

Занурення — принцип трансмедіа, що означає входження аудиторії у світ історії (наприклад, через перегляд фільму в кіно-театрі або проходження рівнів у відеогрі).

І

Інцидент із підбурюванням (з англ. inciting incident) — подія у наприкінці зав'язки/експозиції, яка порушує рівновагу світу героя і запускає основний конфлікт; той момент, коли життя героя змінюється і він змушений діяти.

Історія — фундаментальний спосіб, у який люди осмислюють світ і передають досвід; за своєю суттю, це послідовність подій, пов'язаних причинно-наслідковими зв'язками, що розгортаються у часі та просторі, за участю персонажів, які мають певні цілі та мотиви.

К

Кадр — найменша одиниця фільму, безперервний запис дії від моменту ввімкнення камери до її вимкнення (або від однієї монтажної склейки до іншої).

Конфлікт — зіткнення протилежних сил, інтересів або бажань, яке створює напругу та рухає сюжет вперед; ядро будь-якої історії.

Кульмінація — найвищий момент напруги в історії, вирішальне зіткнення героя з антагоністом або головною проблемою, де вирішується доля героя і результат конфлікту.

Л

Лінійний сторителінг — форма наративу, де події розгортаються в хронологічному порядку, від початку до кінця.

Логлайн — короткий анонс фільму (1-2 речення), який передає суть історії, головний конфлікт та інтригує глядача (читача, продюсера).

М

Мережевий сторителінг — форма наративу, де історія розгортається через мережу взаємопов'язаних персонажів, подій або медіаплатформ; відсутній єдиний центр і глядач може самостійно обирати шлях дослідження історії.

Мультимодальність (у контексті трансмедіа) — використання різних способів представлення (модів) для створення сенсу; трансмедіа використовує різні медіаплатформи, кожна з яких має свої власні модальності (візуальні, аудіальні, текстові).

Н

Наратив — спосіб організації подій у часі та просторі; те, як розповідається історія; охоплює структуру, точку зору, темп та стиль оповіді.

Нелінійний сторителінг — форма наративу, де події представлені не в хронологічному порядку; автор може використовувати флешбеки, флешфорварди, паралельні сюжетні лінії або фрагментарну структуру.

О

Овердог — герой-антагоніст, зазвичай «поганець», який є сильнішим, досконалішим, укомплектованішим за героя-протагоніста.

П

Персонаж — активний учасник історії, який має свої цілі, мотивацію та характер; персонажі є рушійною силою сюжету.

Перформативність — принцип трансмедіа, що передбачає активну участь аудиторії у розвитку історії, коли фанати можуть створювати власний контент, впливати на сюжет або брати участь в інтерактивних подіях.

Побудова світу в трансмедійному сторітелінгу — створення деталізованого та багатого світу, в якому розгортається історія; цей світ має свої правила, історію, географію та культуру.

Поглиблюваність — принцип трансмедіа, що дає можливість для «в'їдливих» фанатів зануритися глибше в історію, знайти додаткову інформацію та приховані деталі, які розширюють розуміння світу історії.

Подія — найменша неподільна одиниця історії, яка змінює стан речей.

Поширюваність — принцип трансмедіа, що означає здатність контенту поширюватися через соціальні мережі та інші канали завдяки активності аудиторії (вірусний маркетинг, меми, обговорення).

Протагоніст — головний герой історії, який рухає сюжет вперед, має чітку мету, стикається з перешкодами і зазнає змін протягом історії.

Підтекст — те, що не сказано вголос, але мається на увазі; приховані думки, почуття та мотиви персонажів, які ховаються за їхніми словами.

Р

Радикальна інтертекстуальність — у контексті трансмедіа: рух тексту через одне середовище до іншого, де різні тексти в межах одного всесвіту пов'язані між собою і посиляються один на одного, створюючи мережу значень.

Розвиток дії — серія подій, які ускладнюють конфлікт, створюють перешкоди для героя і підвищують напругу, ведучи до кульмінації.

Розв'язка — події після кульмінації, де показуються наслідки вирішального зіткнення; напруга спадає, і історія рухається до завершення.

С

Серійність — розбиття історії на частини, які виходять послідовно. У трансмедіа ці частини можуть бути розподілені між різними медіаплатформами, кожна з яких додає новий фрагмент до загальної картини.

Сеттинг — час і місце дії історії; це не просто фон, а активний елемент, який впливає на сюжет і персонажів, створює атмосферу та контекст.

Синопис — стислий виклад сюжету фільму, що розкриває головні сюжетні повороти, мотивацію персонажів та фінал; зазвичай обсяг синопису становить від 0,5 до кількох сторінок.

Синхрон — фрагмент прямої мови героя в кадрі на телебаченні, що зазвичай триває 10-20 секунд; або містить інформацію, яка доповнює текст журналіста/ведучого/сценариста, або передає певний настрій, емоційний заряд, ставлення до ситуації, описаної у програмі.

Сторителінг — це мистецтво захоплюючої розповіді, яке служить для передачі інформації та виклику емоцій у аудиторії;

комунікаційний інструмент, який використовує розповідь історій для передачі повідомлень, цінностей та ідей.

Суб'єктивність — принцип трансмедіа, що передбачає показ історії з різних точок зору (наприклад, через другорядних персонажів), що дозволяє глибше розкрити світ історії та мотивацію героїв.

Сцена — частина історії, що відбувається в одному місці та в один час.

Сценарій — літературний твір, призначений для екранізації; містить детальний опис усіх сцен, діалоги персонажів, ремарки щодо їхніх дій та емоційного стану, а також технічні вказівки для знімальної групи.

Сюжет — послідовність подій, вибраних та упорядкованих автором для досягнення певного ефекту; сюжет будується на причинно-наслідкових зв'язках і веде до розв'язання конфлікту.

Т

Тема — основна ідея або повідомлення, яке автор хоче донести до аудиторії через історію; відповідь на запитання «про що насправді ця історія?».

Трансмедійний сторителінг — процес, у якому невід'ємні елементи художнього твору систематично поширюються через різноманітні канали з метою створення єдиного розважального досвіду, причому кожен із цих каналів робить свій власний унікальний внесок у розгортання історії.

Ф

Фабула — хронологічна послідовність усіх подій, що відбуваються в історії, незалежно від того, в якому порядку вони представлені глядачеві у сюжеті.

Фінал — завершення історії, де встановлюється нова рівновага; це відповідь на головне драматичне питання та демонстрація результату трансформації героя.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бідзіля Ю. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. Ужгород: Вид-во «Закарпаття», 2007. 224 с.
2. Воглер К. Подорож письменника. Міфологічна структура для письменників, Київ: ArtHuss, 2023. 498 с.
3. Гаврилов С. Всі крапки над історією. Сторітелінг для сценаристів, письменників та блогерів. Київ : Пабулум. 2019. 296 с.
4. Гоян В. Формування візуального мислення як один із сегментів професійної підготовки тележурналіста: сучасні тенденції і перспективи. Сучасний стан вищої освіти в Україні: проблеми та перспективи: Матер. Всеукр. наук.-метод. конф. Київ, 2000. С. 400–402.
5. Зелінська А. А. Трансмедійний сторітелінг: навчальний посібник. Київ, Навчально-науковий інститут журналістики, 2024. 128 с.
6. Кемпбелл Д. Тисячолікий герой. Львів: Terra Incognita, 2021. 416 с.
7. Коппола Ф. Ф. Живе кіно. Харків: Фабула, 2021. 208 с.
8. Куцай Т. Сторітелінг як важлива інформаційна технологія та ДНК інформації. Інтегровані комунікації. 2020. №8. С. 42–46.
9. Лівін М. Сторітелінг для вух, очей і серця. Київ: Наш формат. 2020. 184 с.
10. Лукіч А. Як перекласти життя на сценарій. Stretovych. 2024. 320 с.
11. Маккі Р. Оповідь. Субстанція, структура, стиль та принципи письмової екранізації. АРК.ЮЕЙ. 2021. 520 с.
12. Манько О. Експеримент програми «Абзац!»: чи повернуть гроші депутати? YouTube. URL: <https://www.youtube.com/>

watch?v=-cG8mliO9hw (дата звернення: 10.12.2025).

13. Мисечко А.О. Інформаційна телепрограма в Україні: традиції і трансформації: дис. кандидат. Наук.: 27.00.01. Київ, 2016. 294 с.
14. Мисечко А. Нові тренди у подачі інформаційної телевізійної програми в Україні. Екранознавство. 2019. Вип. 3. С. 84 – 88.
15. Мисечко А. Як відбитися від роздутих платежів за гарячу воду? - Абзац! YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EZXaokyMEp4> (дата звернення: 10.12.2025).
16. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу: навч. посібн. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. 448 с.
17. Недопитанський М. І. Тележурналістика: досвід, проблеми, стратегії. Практичний посібник. Київ: Газетно-журнальне видавництво Міністерства культури і туризму України, 2009. 144 с.
18. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Києво-Могилянська академія, 2017. 260 с.
19. Робертс Г.Д. Шантарам. Київ: Вид-во Stone Publishing, 2022. 804 с.
20. Рогова Т.А. Цифровий сторітелінг та диджитал-інструменти в журналістиці. Запоріжжя: ЗНУ, 2025. 121 с.
21. Снайдер Б. Врятуйте кицьку! Як блискавично писати живучі тексти. Харків: Віват, 2021. 240 с.
22. Федорів Т.В. Випуск теленовин: головні інструменти верстки. Наукові записки Інституту журналістики. 2004. Т. 12. С. 102–106.
23. Федорчук Л. П. Журналіст конвергентної редакції: нові виклики професії. Вісник Житомирського державного університету. 2010. Вип. 54. С. 209–212.

24. Філд С. Кіносценарій. Основи сценарного ремесла. Київ: ArtHuss, 2025. 320 с.
25. Юнг К. Архетипи і колективне несвідоме. Київ: Центр навчальної літератури, 2024. 120 с.
26. Ergi L. Art Of Dramatic Writing. Its Basis in the Creative Interpretation of Human Motives. Touchstone. 2004. 320 p.
27. Burke G. The Art of Storytelling. IESE Business school. URL: <https://www.coursera.org/learn/the-art-of-storytelling-iese> (дата звернення: 27.12.2025).
28. Jenkins. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York Press. 2006. 368 p.
29. Jenkins H. Transmedia Storytelling. MIT Technology Review. 2003. URL: <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/> (дата звернення: 10.01.2026).
30. McIntyre S. Transmedia Storytelling: Narrative worlds, emerging technologies, and global audiences. UNSW Sydney (The University of New South Wales). URL: <https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling> (дата звернення: 15.01.2026).
31. Sayrafiezadeh S. Writing Stories About Ourselves. Wesleyan university. URL: <https://www.coursera.org/learn/writing-about-ourselves> (дата звернення: 15.01.2026).
32. Skyhorse B. Creative Writing: The Craft of Plot. Wesleyan university. URL: <https://www.coursera.org/learn/craft-of-plot> (дата звернення: 19.01.2026).
33. Truby J. The anatomy of story: 22 steps to becoming a master storyteller. New York. 2008. 445 p.

ДОДАТОК А.1.

ОПОРНИЙ ВІЗУАЛІЗОВАНИЙ КОНСПЕКТ ДО ТЕМИ ПЕРСОНАЖІВ У ЕКРАННОМУ ТВОРІ

АРХЕТИПИ В КІНО



ВИКЛ. АЛІНА МИСЕЧКО
ДЛЯ МАЙСТРІВ КТМ
(У МЕЖАХ ДИСЦИПЛІНИ "СТОРИТЕЛІНГ")

ЗМІСТ

01

Визначення архетипу

02

Типи архетипів у кіно

03

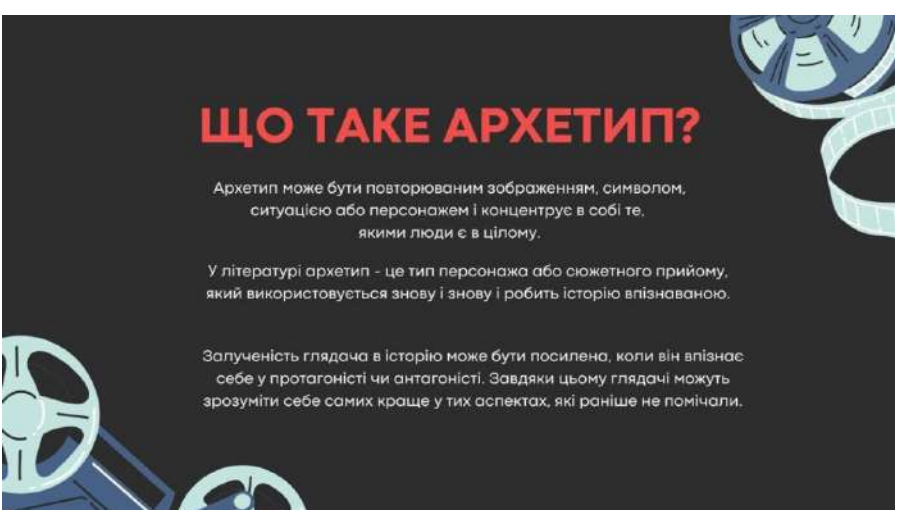
Терміни і методики
голлівудського сценарію
у сторителінгу

ЩО ТАКЕ АРХЕТИП?

Архетип може бути повторюваним зображенням, символом, ситуацією або персонажем і концентрує в собі те, якими люди є в цілому.

У літературі архетип - це тип персонажа або сюжетного прийому, який використовується знову і знову і робить історію впізнаваною.

Залученість глядача в історію може бути посилена, коли він впізнає себе у протагоністі чи антагоністі. Завдяки цьому глядачі можуть зрозуміти себе самих краще у тих аспектах, які раніше не помічали.



Які архетипи в кіно ви можете назвати?



АРХЕТИПИ ПЕРСОНАЖІВ

(К. ЮНГ)

ГЕРОЙ

ЛИХОДІЙ

КОХАНЕЦЬ

СОРАТНИК

МУДРЕЦЬ

Герой зазвичай протагоніст історії. Часто він - це головний фокус історії.

Негідник зазвичай діє як антагоніст героя.

Подібно до героя, цей персонаж також зазвичай гарно розвинений і має важливу роль в історії.

Коханець - це потенційний романтичний інтерес героя. Він дає героєві моральну підтримку і є рушійною силою протагоніста, оскільки вони разом прагнуть до перемоги.



Напарник (сортник) - це персонаж, який допомагає протагоністу в історії.

Мудрець радить, підказує персонажам-протагоністам, як вийти зі складних ситуацій і осягнути істину. Відомий також як мислитель, філософ, вчений, дослідник, споглядач, ментор, детектив.

Інші архетипи



- шукач (авантюрист, мандрівник);
- безневинний;
- бунтар;
- чаклун;
- блазень;
- турботливий;
- правитель;
- творець (фантазер, новатор, мрійник, художник, романтик).

“

**Терміни і методики
голлівудського сценарію
у сторителінгу**



ГОЛЛІВУДСЬКІ ТЕРМІНИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЦЕНТРАЛЬНИХ ПЕРСОНАЖІВ



АНДЕРДОГ

- це термін із собачого бою. Це собака, яку придушує сильніший суперник. У фільмах та серіалах це тип героя, який бореться з ворогом і обставинами, які суттєво перевершують за всіма параметрами.

Стівен Спілберг: "Я не працюватиму зі сценарієм, якщо герой не буде аутсайдером".

АНДЕРДОГ



Приклади стрічок, де герої андердоги:
"Роккі", "Малюк-каратист", "Хоробре серце",
"Вісім миль", "Мільйонер із нетрів", "Зоряні війни" (перші фільми), "Голодні ігри",
"Термінатор", "Гра престолів" (Джон Сноу).

Усі ці дуже різні історії - про людей, пригнічених обставинами і ворогів поза межами їхньої влади.

ОВЕРДОГ



Овердог - це завжди негідник у історіях.

Він сильніший, досконаліший, швидший, краще укомплектований та прокачаний.

Це всі опоненти Роккі, всі вбивці-термінатори, монстри або обставини (залежно від жанру) переважаючої сили.

Досконалість дратує. Люди не мають симпатії до овердогів.

РЕЗЮМУЮЧИ



Андердог - це не казка про Попелюшку. Це завжди нерівний бій героя, який навіть не хоче перемагати.

Він просто тримається, чинить опір. Йому не дано досконалості чи переваги у силі. Навпаки, він сумнівається, помиляється.

Тому історії, де недосконалий головний герой долає неможливе, набагато популярніші, ніж історії про Попелюшку.

ЕМПАТІЯ



Емпатія - це основа залученості. Лише вона надовго здатна утримувати увагу.

Тому "кістяк" американської драми, найаутентичніший тип американської історії, яку любить публіка - це історія спокути.

Топ ряди всіляких "найкращих фільмів форевер" в рейтингах американської аудиторії займають фільми спокути.

ПРИКЛАДИ



"Втеча з Шоушенка", "День бабака",
"Список Шиндлера", "Касабланка",
"Леон кіллер".

Автор найпопулярнішого у світі підручника з написання сценаріїв

"Історія на мільйон" Р. Маккі визначає історію спокути так:

"Нездоланне прагнення до успіху, багатства, сексу, влади знищить тебе, але якщо вчасно зрозуміти, що таке справжня істина, і відмовитися від одержимої ідеї, ти зможеш урятуватися".

ЗНАЧЕННЯ



Суть таких історій полягає в тому, щоб дати людям надію і віру в те, що ми можемо змінитися на краще і через цю зміну повернути порушений баланс, знову знайти втрачений сенс життя.

ТИПИ ГОЛОВНОГО ГЕРОЯ



1. Герой
2. Антигерой

ГЕРОЙ



Схема "героїчний герой - негідний негідник", де герой мав однозначну моральну перевагу, була популярна до 70-х рр. За антигероїв у кіно почали голосувати доларом, починаючи з "Брудного Гаррі". Клінт Іствуд зіграв інспектора Каллахана, який бореться зі злочинністю так, що у злочинців юшить кров.

АНТИГЕРОЙ



Суть антигероя полягає в тому, щоб зробити щось погане для досягнення найвищої доброї мети: справедливості, спасіння невинних, захисту сім'ї. Коли корупція, бюрократія, суспільство чи сам закон заважають верховній істині, діє той, кому нема чого втрачати, або хто лютіший за будь-кого з тих, проти кого протистоїть.

Якщо С. Спілберг не працює над сценарієм, коли герой не андердог, то М. Скорсезе обожнював антигероїв.

ПРИКЛАДИ



Гаррі Каллаган ("Брудний Гаррі"), Майкл Карлеоне ("Хрещений батько"), Тревіс Бікл ("Таксист"), Лісбет Саландер ("Дівчина з татуюванням дракона"), Леон Макмерфі ("Пролітаючи над гніздом зозулі").

Поступово антигерої ставали все темнішими і темнішими в драмах. До прикладу, Тоні Монтана ("Обличчя зі шрамом").

... або смішнішими. Наприклад, Джек Горобець у "Піратах Карибського моря".

... і поступово проникли навіть в анімацію (Шрек, Ральф-руйнівник).

ДОДАТОК Б1. РОЗШИФРОВАНИЙ ТЕКСТ ПРОГРАМИ (ВМЗ ТА СЮЖЕТІВ) НА «UA: ПЕРШИЙ»

**Ці приклади узяті з випусків, що виходили в ефір програми
«Новини.Світ» протягом грудня 2015 – січня 2016 рр.**

У Нью-Йорку перевірили, чи вправно літає конфеті.

ВМЗ

У новорічну ніч на центральній площі міста з дахів хмарочосів розпорошать понад 25 мільйонів барвистих папірців. Деякі будуть особливими - з новорічними побажаннями від людей з усього світу. А щоб у найвідповідальніший момент все йшло за сценарієм, влада Нью-Йорка влаштувала генеральну репетицію. Усе пройшло вдало. Не зашкодив навіть дощ.

СЮЖЕТ

Наступний сюжет краще дивитися з філіжанкою кави. Щоб не заснути. Шведський письменник написав казку-снодійне. Вона заколише навіть дорослих. Збирав матеріал і мало сам не вклався спати наш журналіст Сергій Куляс.

СЮЖЕТ

У Лондоні подружжя терористів засудили на довічне ув'язнення. Пару упіймали на дописах у соціальних мережах.

ПОЧАТОК ВМЗ

У своїх акаунтах Мохаммед Рехман і Сана Ахмед Хан цікавилися, де ліпше вчинити терористичний акт: у торговельному центрі або в лондонському метро. Тоді на них і звернули увагу правоохоронці. Під час розслідування поліція встановила: Рахман сам виготовляв бомби й випробовував їх у своєму садку. За рік на хімічні реагенти пара витратила 14 тисяч фунтів стерлінгів. А ось у Туреччині затримали двох підозрюваних, які

- як вважає поліція - готували напади в Анкарі на Новий рік. За даними правоохоронців, зловмисники прибули із Сирії та належать до ІДІЛу.

В Еквадорі лінивець зупинив дорожній рух.

ПОЧАТОК ВМЗ

Чотирилапий переходив широку автомагістраль. Утомився напівдорозі і зупинився перепочити на роздільному стовпчику. Там його і знайшли поліцейські. Врятоване звірятко оглянули лікарі й відправили до лісу. Лінивець став справжньою інтернет-зіркою. Користувачі мережі охрестили його «усміхненою перешкодою».

КІНЕЦЬ ВМЗ

«Україна піднялася в корупційному рейтингу», - повідомляє організація «Трансперенсі інтернешнал».

ПОЧАТОК ВМЗ

Ми все ще у хвості переліку, однак тепер посідаємо 130 сходинку проти торішньої ста сорокової. На одному місці з нами - Камерун, Нікарагуа, Парагвай, Іран і Непал. Поліпшила свої показники і Росія. Вона обігнала Україну і посіла 119 місце. Так само і Білорусь - вона на 107 сходинці. У хвості - Північна Корея та Сомалі. Перша трійка - Данія, Фінляндія та Швеція. Усього в списку - 167 позицій.

Що таке «не таланить» і як з ним боротися.

ПОЧАТОК ВМЗ

У канадському Ванкувері мешкає чоловік, у якого щотижня викрадали машину. Злодюжки каталися, допоки був бензин, а потім кидали авто. Тож щоразу горе-власник змушений був її шукати. Допоки не осточортіло. Заяви до поліції чоловік не писав. Натомість залишив листа кradіям і ввічливо попросив сповіщати

про місце, де ті лишатимуть авто. Лист спрацював. Коли наступного разу влізли в машину і прочитали послання, авто не цупили, а акуратно припаркували біля будинку.

КІНЕЦЬ ВМЗ

Сенсація на околицях Сонячної системи.

ПОЧАТОК ВМЗ

«За Плутоном ховається ще одна, 9-та планета», - вважають астрономи Каліфорнійського технологічного інституту. У нагоді стали математичні розрахунки. Але телескопи знайти космічне тіло поки що не можуть. Дослідники розрахували масу загадкового об'єкта. Кажуть, він удесятеро важчий за Землю. Рухається планета еліптичною орбітою. А щоб обійти навколо Сонця, їй потрібно кілька тисяч років. У Сонячній системі - раніше вважали дослідники - 9 планет. Та 2006-того із їх списку вибув Плутон. Відтоді його назвають карликом.

Мальовнича книгарня у Португалії відсвяткувала день народження. Їй уже 110 років. З дня відкриття й донині, її власники намагаються оберігати старовинні панелі, вишукані дерев'яні сходи та різьблені полиці. У крамниці навіть є своя автентична трамвайна лінія – по ній книжки їздять у різні відділи. Анастасія Лебега надихнулася виглядом старовинної книгарні і готова поділитися з вами, чим іще вона така приваблива.

СИНХРОН не титр: «Я дуже хотіла побувати в бібліотеці Лелло. Вона дуже гарна. Про неї знають у всьому світі».

КОР З/К

Право на власність та управління книгарнею з часу її заснування й донині мають члени однієї родини. Крамницю декілька разів реставрували, проте зберегти первозданий вигляд усе

ж таки вдалося. Власники пишаються своїм дітищем. Це й не дивно, адже книгарня є національною пам'яткою та приваблює туристів до Португалії з усього світу.

СИНХРОН

Синхрон. Мануель Лелло, директор книгарні: «Зараз ми продаємо по 500 книжок за день. Тож наша книгарня - наймасовіший розповсюджувач португальської культури».

КОР З/К

Деякі з видань у колекції крамниці - не для продажу. Їх зберігають у скляних антикварних шафах як експонати. Планують залишити для наступних поколінь. Загалом вибір книжок досить широкий. Працівники запевняють: кожен знайде собі томик до смаку - не залежно від віку, вподобань і рідної мови.

СИНХРОН Альваро В'єра, продавець: «Найпопулярнішими є книжки португальських авторів, які пишуть іспанською та англійською. Також зараз ми робимо акцент на італомовні видання».

КОР З/К

Вважають, що саме книгарня Лелло знайшла своє відображення у серії книжок про Гаррі Поттера. Вона надихнула авторку і стала прообразом чаклунської бібліотеки. Як виявилось, Джоан Роулінг дійсно жила у Порту на початку 90-х та була постійним клієнтом старовинної крамнички. Анастасія Лебега, Новини на Першому.

У світі відзначають Міжнародний день обіймів. За традицією, сьогодні можна пригорнути навіть незнайомців. Медики кажуть, що обійми мають лікувальний ефект. Проте інколи саме через такі пестощі трапляються непередбачувані казуси. Коли обійми корисні, а коли недоречні – дивіться у сюжеті.

СЮЖЕТ

Обійми набагато корисніші, ніж здається на перший погляд. Учені університету Північної Кароліни виявили, що під час дружніх доторків у крові збільшується рівень окситоцину – гормону задоволення. Тож обійми допомагають подолати депресію, відчуття самотності і знизити кров'яний тиск. А отже, зменшити ризик серцевих захворювань.

СИНХРОН Вірджинія Сатір, американський психолог: «Нам необхідно чотири рази обійнятися для виживання. 8 - для підтримання гарного самопочуття і 12 - для особистісного зростання».

КОР З/К

Національний день обіймів започаткували 30 років тому в місті Каро штату Мічиган. 2004 зародився рух «вільні обійми». Про бажання пригорнути випадкового перехожого свідчить табличка в руках. До акції долучилися й американські полісмени.

ЛАЙФ

А ці обійми зафіксували в 2011-му році в Колумбії. Під час виступів проти освітньої реформи демонстранти вирішили обійняти штурмовиків. Після терактів у Парижі торік в листопаді обійми стали символом примирення і довіри. Акцією у французькій столиці мусульманин спробував довести, що іслам не має нічого спільного з тероризмом.

ЛАЙФ

Традиційно обійми політиків привертають чи не найбільше уваги. Однак кого і як пригорнути до серця - треба ще знати. 2009-го Перша леді США Мішель Обама порушила протокол і обійняла Єлизавету Другу, монархиню Великої Британії. У королівстві так вчиняти заборонено. У халепу вскочила й герцогиня Кембриджська Кейт Мідлтон. Руку на плече під час матчу їй поклав американський баскетболіст.

Трапився курйоз і з американським президентом Бараком Обамою. В одному з американських ресторанів главу Білого дому зустріли гарячими обіймами й буквально здійняли у повітря. Полюбляє обійматися й президент Європейської комісії Жан-Клод Юнкер. На саміті Східного партнерства у Ризі теплими обіймами він приймав усіх гостей.

ЛАЙФ

Учені запевняють: дотики (навіть рука на плечі) викликають відчуття задоволення. Таких «ліків» медики закликають не ігнорувати. Наталія Пушкарук. Новини на Першому.

Володимир Путін, ймовірно, схвалив убивство экс-співробітника ФСБ Олександра Литвиненка. Гучну заяву за результатами висновків громадського дізнання у справі зробив суддя Роберт Оуен. Слухання у Високому суді Лондона довели - Литвиненка отруїли двоє колег. Чоловіки живі, перебувають в Росії. Та Лондону Москва їх видавати не збирається. Більше розкаже Марія Прус.

СЮЖЕТ

КОР З/К

Висновок британського суду оголошує суддя Оуен. Матеріали справи він вивчав з минулого року. Каже, за даними слідства, Олександра Литвиненка отруїли під керівництвом ФСБ за згодою Володимира Путіна. Смертельну дозу радіоактивного полонію-210 в чай Литвиненка додали у листопаді 2006 року в готелі «Мілленіум» у центрі Лондона.

СИНХРОН Роберт Оуен, суддя

Суд постановив, що із високою імовірністю Андрій Луговий отруїв Литвиненка за наказом Федеральної Служби Безпеки Російської Федерації. Дмитро Ковтун теж діяв за наказом ФСБ, але опосередковано через Лугового. Ми також дійшли висновку,

що цю операцію ФСБ з убивства Литвиненка, імовірно, схвалили Микола Патрушев, тодішній голова ФСБ, а також президент Путін.

КОР З/К

У справі було забагато таємних подробиць. Тож дружина Литвиненка - Марина - протягом кількох років домагалась відкритих слухань. Результатами ж задоволена.

СИНХРОН. Марина Литвиненко, дружина Олександра Литвиненка: «Я, звісно, дуже рада, що слова, які мій чоловік промовив на смертному одрі, коли він звинуватив у своєму вбивстві Володимира Путіна, підтвердив англійський суд, який відповідає найвищим стандартам незалежності й справедливості. Тепер я закликаю Девіда Кемерона терміново вислати з Великої Британії всіх працівників російських спецслужб, а також запровадити персональні економічні санкції проти Патрушева і Путіна».

КОР З/К

«Луговий та Ковтун зараз в міжнародному розшуку», - сповістили на Даунінг-стріт. Щоб арештувати убивць - виписано європейський ордер, а британський уряд збирається заморозити їхні рахунки. Крім того, до міністерства внутрішніх справ обіцяють викликати російського посла. Йому висловлять невдоволення через відмову Росії співпрацювати у справі.

СИНХРОН

Тереза Мей, представник прем'єр-міністра Великої Британії: «Висновок суду, що Російська держава причетна до вбивства Литвиненка, дуже непокоїть. Зрозуміло, що це зухвале і неприйнятне порушення основоположних принципів міжнародного права і цивілізованої поведінки.

КОР 3/К

Уже 9 років Москва відмовляється екстрадувати обох обвинувачених на вимОгу британської поліції. Луговий із 2007 - депутат Держдуми, веде власну програму на телебаченні. Торік Путін нагородив його медаллю за службу батьківщині. Ковтун займається у Росії бізнес-консалтингом. Обвинувачення на свою адресу обидва від початку називали абсурдними й антиросійськими. У російському МЗС вирок британських суддів назвали «політизованим».

СИНХРОН

Вячеслав Ніконов, депутат Державної думи від партії «Єдина Росія»: «Дело это находится в таком черном ящике заглянуть в который никому не позволено кроме собственно того судьи, от которого, кстати, были утаены и очень многие детали этого дела, которые были признаны совершенно секретными. Решение принималось по чисто политическим мотивам».

КОР 3/К

Олександр Литвиненко в дев'яностих був підполковником ФСБ, яку на той час очолював Путін. У двохтисячному - втік із сім'єю у Лондон, де почав співпрацювати із приватними організаціями та британською розвідкою. Тоді ж почав різко критикувати Путіна. У книзі «ФСБ підриває Росію» звинуватив владу в організації вибухів житлових будинків Москви. Під час терактів, відповідальність за які поклали на чеченців, тоді загинуло три сотні людей. Марія Прус, Новини на Першому

«Снігодзіла» - так прозвали потужний сніговий буревій Джонас. Заметіль, яка вирувала на східному узбережжі США кілька днів поспіль, стала найпотужнішою за останнє сторіччя. Тисячі будинків без світла, колапс на дорогах та навіть пошкоджені дахи - це лише невелика частина біди, яку приніс із собою снігопад. Та попри негоду, американці знайшли чому порадіти.

Про зимові Сполучені Штати розкаже Анастасія Лебега.

СЮЖЕТ

КОР 3/К

Снігова буря накрила 11 американських штатів ще у п'ятницю. Найпотужніший снігопад зафіксували в Гленгері, штат Західна Вірджинія. Снігу нападало аж 106 сантиметрів. За три дні стихія забрала 29 життів. Люди загинули під час ДТП, отруїлися чадним газом, також серед постраждалих є пенсіонери - серце не витримало під час прибирання снігу. Нині стихія послабла, та влада закликає містян не виходити на вулиці й не їздити на машинах. Це поки тривають снігоприбиральні роботи.

СИНХРОН. Білл де Блазіо, мер Нью-Йорка: «Комунальники здійснили величезну роботу. Сніговий шторм був набагато масштабнішим, ніж ми очікували».

КОР 3/К

Американці починають оговтуватися після хурделиці. У Нью-Йорку та Вашингтоні частково відновили рух громадського транспорту. У місті Великого яблука автобуси розвозили людей безкоштовно. А ось під час бурі він не працював взагалі. Позачинялися кафе й магазини. Перенесли бродвейські шоу та мюзикли. Не працювали аеропорти. Всього за вихідні скасували 12 тисяч авіарейсів. Тільки-но стихія вщухла, люди вийшли на вулиці відкопувати свої авто й розчищати дороги.

СИНХРОН. Джеймі Юккас, жителька Нью-Йорка: «Ми вже можемо вийти на вулицю, але щоб поїхати кудись - спочатку треба знайти свою машину. А вже потім відкопати її. О Боже!»

КОР 3/К

Нині найтяжче комунальникам. Стільки роботи в них давно не було.

СИНХРОН не титр

Умови для роботи жахливі. Але вибору немає. Хто не працює - той не їсть.

СИНХРОН не титр.

Я живу в Бронксі. Тому мені потрібно їхати на потязі, щоб дістатися роботи.

КОР З/К

Попри сніговий армагедон, американці снігу раді. Як ось ці лижник і сноубордист. Нью-йоркські хлопці прилаштували до автомобіля борд та лижи і гайда кататися вулицями засніженого міста. Побували на 5й авеню та Таймс Сквер і навіть обігнали поліцейський автомобіль.

ЛАЙФ

КОР З/К

А у Вашингтоні дорослі та діти зібралися разом, щоб улаштувати справжні баталії сніжками.

ЛАЙФ

КОР З/К

В американській столиці снігу радіють не лише люди. Співробітники тамтешнього звіринцю оприлюднили відео, на якому гігантська панда Тянь-Тянь бавиться у снігу. Не змарнували шанс погратися в кучугурах і мешканці Білого Дому - Бо і Санні - улюбленці президента Обами. Собак зафільмували під час їхньої прогулянки біля президентської резиденції. Анастасія Лебега, Новини на Першому.

Випасати овець - не виходячи з дому. Полегшити собі життя вирішили пастухи хорватської комуни Салі. Що вони вигадали - дивіться далі.

СЮЖЕТ

КОР 3/К

Часи пастухів із палицею і флейтою давно минули, переко-
наний пастух Войко Усали. Тепер, коли він разом зі своїм онуком
Максом випасає овець, використовує GPS-пристрої. Вони крі-
пляться до кожної тварини як нашійник, але не натирають їй
шию. І хоча вівці досі носять на шиї дзвіночки - та це лише тра-
диція. Войко впевнений - до хліва повернуться всі тварини.

СИНХРОН Войко Усали, пастух: «Тепер не виникне такої си-
туації, коли ми змушені шукати овець. Якщо вони загубляться -
знайдемо їх завдяки GPS».

КОР 3/К

Радість і вівцям, і їхньому хазяїну, адже тварини можуть вдо-
сталь нагулятися на природі, а пастух не боїтиметься, що ті загуб-
ляться. З'ясувати місцезнаходження вівці і швидкість руху ота-
ри просто. Досить надіслати повідомлення на GPS-пристрій з
мобільного телефону.

СИНХРОН Макс, онук незвичного пастуха: «Ця позначка пока-
зує, де зараз вівця. Тепер ми знаємо, де її шукати».

КОР 3/К

GPS - зручна річ, каже Войко. Та нові технології не розв'язу-
ють усіх проблем.

СИНХРОН не титр: «GPS не допоможе вам витягнути кліщів
з овець або подоїти їх. Тому ви все одно маєте бути з ними щод-
ня».

КОР 3/К

Вівці цього пастуха ще й надресировані. Поки він супру-
воджує їх на машині, тварини спішають до свого загону. Там на
них чекають улюбленні ласощі - сухий хліб. А тим часом пастух

Войко жартує, що може колись його вівці навчатися відповідати ще й на дзвінки. Олександра Чернишук, Новини на Першому.

ДОДАТОК Б.2. РОЗШИФРОВАНИЙ ТЕКСТ ІНТЕРВ'Ю З Л. КРАСУН, ТЕЛЕВЕДУЧОЮ («УА: ПЕРШИЙ») І РЕДАКТОРКОЮ («НОВИЙ КАНАЛ»)

Інтерв'ю було записане автором посібника у березні 2016 р. у межах підготовки дисертаційного матеріалу.

Журналіст: У той час, як на інших каналах скорочують штат працівників міжнародних відділів, на «УА: Перший» відкрили цілу програму міжнародних новин, що є престижно і важливо з точки зору міжнародних принципів інформаційного мовлення.

Леся Красун: Міжнародка була і є важливою. І я б не говорила, що десь, на якихось каналах, в якихось міжнародних службах, скорочують кількість журналістів, які висвітлюють закордонні новини. Принаймні я такого поки що не чула. Навпаки, «УА: Перший» вже запустив свою програму, вірніше, відновив її, бо вона вже виходила три роки тому. Нові схожі проекти (навіть кілька – кримінал, стихії, технології – усе, що стосується світу) готує «5 канал».

Ж.: «Новини. Світ» – це велика команда?

Л.К.: У «Новинах. Світ» працює два випускових редактори, двоє ведучих та шестеро журналістів. Усього 10 осіб, які пишуть тексти, шукають інформацію, беруть коментарі. І ведучі, і редактори – так само, як і решта кореспондентів – роблять сюжети, займаються підводками, шукають контакти. Кожна людина універсальна – і здебільшого може підстрахувати чи навіть підмінити іншу. Поки що «найнезаміннішими» залишаються ведучі. Однак у планах – провести тракти і навчити решту працівників «Новин. Світ» вести програму. Усі ці десятеро працівників розділені на дві групи і працюють кожна на своєму тижні. Виходить, що щодня

на роботі 5 осіб – ведучий, випусковий та троє журналістів. Над «Новинами. Світ» щодня працюють також режисери монтажу, випускові режисери, літредактори, працівники архіву. Якщо того вимагає ситуація – підключаються журналісти та оператори з загального ньюз-руму. Однак, як правило, виходить впоратися з усім самотужки. Виключенням були дні, коли сталися теракти в Парижі (листопад, 2015 р.) або теракти в Туреччині (січень, 2016).

Ж.: Чи допускаєте Ви використання в ефірі емоційно-забарвленої або «народної» лексики (наприклад, у «новинах-бантиках»). Наскільки змінилися правила використання «забарвлених» слів порівняно з роботою 5 років тому?

Л.К.: Загальна політика новин на «UA: Перший» – уникати емоційно-забарвленої лексики та оціночних суджень. Над-ідея наших новин – максимально дотримуватися стандартів інформаційної журналістики. Не додавати нічого від себе, дати глядачу змогу самому оцінювати ситуацію й робити висновки. Однак це не робить мову нашої програми біднішою. Є безліч можливостей полегшити інформацію, зробити її доступною й водночас «смачною».

Ж.: Можете навести приклад, як саме?

Л.К.: У Китаї останній тиждень перед Новим роком – сезон масової міграції людей. Мільйони людей займають вокзали та сновигають в різні боки. На вокзалі в Гуаньчжоу зібралося сто тисяч пасажирів. Можна сказати, що вокзал переповнений, що там дуже тісно. А можна знайти колоритні синоніми, які не вплинуть на зміст. На вокзалі в Гуаньчжоу – ногою ніде ступити, горішкові ніде впасти, ніде голки встромити. Можна сказати, що йде сильний сніг, а можна згадати хурделицю, сніговицю, метелицю. Сипле як з рукава. Завірюха крутить. Завіхолило, захурделило, закурило. Слова різні – значення одне. Ніхто не забороняє досліджувати мову і вишукувати синонімів. Інша річ – політика,

заяви чиновників, рішення судів. Подібні речі потрібно передавати максимально точно, аби не спотворити їхній зміст. Така інформація і такі новини даються найскладніше. Бо ми не маємо права нікого й ні в чому звинувачувати. Хоч іноді й здається, що правда – ось вона, така очевидна, лежить на поверхні, і не буде нічого страшного, якщо ми її просто візьмемо й озвучимо в новинах.

Ж.: На Вашу думку, чи є у Вашій інформаційній програмі ознаки інфотейнменту?

Л.К.: Розважальне, смішне й пізнавальне у випуску для мене - найцікавіше. Подібні сюжети є щодня – у другій половині програми, ближче до кінця. І я, як ведуча, люблю цю частину найбільше. Сюжети про нові форми Барбі, пастухів, що випасають овець за допомогою GPS навігатора, людей, що святкують Різдво у серпні, скарби мафіозі Пабло Ескобара та зонд «Філа», який заснув на кометі Чурюмова-Герасименко. Однак навіть попри таку б, здавалося, видиму легкість і розважальність - це все ще новини, і саме актуальність та інформативність виправдовують їх появу в наших випусках.

Ж.: Як Ви спілкуєтеся зі своїми глядачами? У Вас є окрема особиста сторінка у «Фейсбуку» або інших соціальних мережах? Хто займається наповненням сторінки програми?

Л.К.: «Усі новини і навіть більше є на сайті «UA: Перший» та на нашій сторінці на «Фейсбуку». Приєднуйтеся та стежте за подіями у світі!» - приблизно так щодня закінчується наш випуск новин. Сайт «UA: Першого» (www.1tv.com.ua) не передбачає зворотного спілкування з глядачами. А от «Фейсбук» (www.facebook.com/Новини-Світ-692523127547567) - це саме те місце, де ми могли б побачити реакцію глядачів на наші новини. Веденням сторінки займається ведучий, який заступив на зміну в понеділок. Насамперед він змінює головну світліну на свою і повідомляє,

що цього тижня сторінкою «Новин. Світ» буде опікуватися саме він. Щодня на «Фейсбуку» має з'явитися анонс, ціла програма і, можливо, окремо один чи два найкращих сюжети. Окрім того, відповідальний за соцмережу мусить шукати кілька цікавинок, яких може і не бути у випуску. Наприклад, світлини найкрасивішої книгарні у світі або кадри запуску нової ракети. Однак ми намагаємося не дуже «спамити» і не робити занадто багато дописів, бо наша інформація досить специфічна і може втомити читача, якщо її буде забагато.

Ж.: Наскільки часто Ваші прихильники залишають Вам повідомлення/відгуки/запитання у соцмережах?

Л.К.: Як правило, наші читачі у «Фейсбуці» обмежуються «лайками» чи поширюють щось із того, що сподобалося. Коментують дуже рідко.

Ж.: На Вашу думку, чи розвивається міжнародна новинна журналістика в Україні (порівняно з 1990-ми і 2000-ми рр.)?

Л.К.: Міжнародка в новинах має серйозну позицію. Надто в останні два роки, після анексії Криму та початку бойових дій на Сході України. Цю тему активно обговорювали за кордоном, проводили позачергові саміти ЄС та засідання Радбезу ООН, відбувалися зустрічі на різних рівнях. До нас приїхали посланці з різних міжнародних організацій. Ми відрядили своїх представників до різних установ в ЄС. Жоден випуск не обходиться без подібної інформації. До того ж стала до нас ближчою географія терактів. З Іраку та Афганістану вибухи та напади перемістилися до Європи.

Ж.: Вам вдається невимушено і легко триматися у прямому ефірі. Дайте, будь ласка, поради, що потрібно робити ведучим і журналістам, щоб не боятися камери.

Л.К.: Така вона страшна – та камера... Кожен раз за 30 секунд до ефіру думаю, що все зараз піде не так, що я впаду, забуду

весь текст, розплачуся. Поки що нічого такого не сталося. Вдих-видих, вдих-видих... Головне для мене – любити ту інформацію, яку ти підготував для глядачів. Смакувати кожне слово, робити наголоси, змінювати інтонацію. Зрештою – посміхатися: посмішка покращить все! Не варто думати про прямий ефір як про щось страшне. Це просто робота. І найкраще її зробити з натхненням і гарним настроєм.

Ж.: Скільки журналістів працює у відділі новин?

Л.К.: У відділі спорту працює двоє ведучих, троє редакторів та четверо журналістів. Вони не лише займаються спортивними новинами, але й роблять сюжети для інших проєктів. Наприклад, під час Олімпіади. У загальному ньюз-румі не так багато людей. Чотири редакторські групи працюють у різні зміни. У редакторській групі троє – ведучий, перший та другий редактори. Внутрішніх журналістів всього восьмеро. Вони «покривають» Київ та область і можуть їхати в близькі відрядження. Окрім того, до «UA: Першого» у рамках переходу на суспільне телебачення приєдналися обласні телекомпанії. Відтак практично з кожної області можна замовити матеріал, його зроблять тамтешні журналісти.

Ж.: І ще питання до Вас як до журналіста, що 7 років також працює на «Новому каналі». Якщо порівнювати міжнародні новини «Нового каналу» і «UA: Перший», то наскільки вони відрізняються (кількістю, серйозністю, мовою, агентствами, з яких журналісти беруть інформацію)?

Л.К.: Про «Новий канал» я б сказала так: міжнародки на ньому немає. Практично ніколи. Є невеликі вкраплення інформації про те, що сталося у світі. Однак така інформація у випуску – перша на виліт, якщо намалюється якийсь перетяг по хронометражу. З іншого боку, те, що все-таки залишається, – досить специфічне. Можливо, тому, що глядач у «Нового» – інший, не такий, як у

«Першого». Я намагалася давати важливу інформацію про іранську ядерну програму, про нафту, боротьбу з ІДІЛ, відновлення дипломатичних стосунків США та Куби. І виявилось, що на таких новинах глядач «Нового» йде, перемикається на щось інше, простіше, менш глобальне. Тому для програми «Абзац!» я шукаю іншу інформацію – легку, смішну, життєву. Глядачі «Абзацу!» люблять знати все про зірок, про рекорди, про скандали, про досягнення, про нові фільми, карнавали та свята. Це не гірші теми, просто інакші. І я до цього так і ставлюся! Мій глядач на «Новому» хоче відпочивати й дивуватися.

Ж.: Дякую Вам за розмову.

Л.К.: І Вам дякую!

ДОДАТОК Б.3.

РОЗШИФРОВАНИЙ ТЕКСТ ІНТЕРВ'Ю З О. МАЛЬЧЕВСЬКОЮ, КОРЕСПОНДЕНТОМ «ТСН»

Інтерв'ю було записане автором посібника наприкінці 2015 р. у межах підготовки дисертаційного матеріалу. На той час Ольга Мальчевська працювала кореспондентом «ТСН» на «1+1», а з квітня 2016 р. перейшла на BBC NEWS.

Журналіст: Пані Ольго, як «ТСН» ставиться до інтерактиву і як саме Ви підтримуєте зв'язок із глядачем?

Ольга Мальчевська: Насправді мені важко відповідати за весь «ТСН», тому що я лише журналіст, це одна маленька ланка, а робота у нас командна. Що стосується журналістів і вимог до нас, можу сказати так, що ми намагаємося бути якомога ближче до глядача, персоніфікувати свої сюжети, тобто ми завжди знаходимо якогось героя, по-перше, цей герой повинен бути представником тієї цільової аудиторії, на яку розрахований даний матеріал. Потім ми завжди намагаємося писати простою мовою, доступною. Тобто якщо наш глядач – бабуся з Житомира, то не треба говорити про органолептичні властивості їжі, яку ми зараз показуємо. Треба говорити якомога простіше. Хай це буде живе, смішне, але воно має бути таке, як життя.

Ж.: «ТСН» має свою сторінку на «Фейсбуку». Це дає якісь вигоди вам, журналістам, чи, навпаки, завдає незручностей?

О.М.: У «ТСН» є пошта, і дуже багато листів приходить саме туди. Ми вважаємо, що це дуже важлива складова зворотнього зв'язку. Коли ми часто кажемо керівництву, що не хочемо це знімати, наприклад, кримінал, то нам зачитує керівництво листи, які приходять на пошту, які говорять про те, що люди це

дивляться. Тобто насправді цільова аудиторія говорить сама про те, що їй це подобається. Щодо «Фейсбуку» – так, ми маємо сторінку у цій соціальній мережі. Окремо у «ТСН», окремо у «ТСН Тиждень». Ми відповідаємо. Якщо людина, наприклад, дивилась якийсь сюжет, і в неї є якісь питання, ми відповідаємо. Якщо я роблю, наприклад, якийсь сюжет на «ТСН Тиждень», і люди висловлюються з цього приводу, теж їм відписую. Часто бувають дискусії навіть цікавіші і гарячіші, ніж те, що ми показуємо в ефірі. Окремі листи приходять просто на твою особисту адресу на «Фейсбуку», люди пишуть те, що хочеться сказати. Ну я, знову ж таки, відповідаю. Часто люди дякують, багато хто не задоволений. Як завжди – таке собі живе спілкування. Але все відбувається на добровільних засадах, ніхто не отримує додаток до зарплати. Компанія заохочує на словах, але так, щоби прямо централізовано усе робилося, то такого нема. «ТСН Тиждень» – це була ініціатива журналістів тижневика (вони окрема команда, але періодично ми всі робимо сюжети для тижневика), так от ми зібралися і вирішили, що така сторінка потрібна. Є в нас журналіст Григорій Жигалов, який модерує цю сторінку просто так, «за ідею». Зараз кожен телеканал, який себе поважає, має акаунт у соцмережі. Це вимога часу.

Ж.: Що робить керівництво «ТСН» для того, щоби ведучих його програм запам'ятовували люди?

О.М.: Наші ведучі насправді асоціюються з певним окремим випуском, тому що вони тільки їх і ведуть. Тобто у нас є чітка градація. «ТСН Особливе» о 17.30 веде тільки Соломія Вітвіцька - і ніхто інший, адже цей проект створювали спеціально під неї. І сюжети цього проекту начитують не журналісти, які їх робили. Все начитується одним голосом. Щодо інших проектів, то вони більш інформаційні, ТСН - основний випуск о 19.30 - веде Наталія Мосейчук, звісно, з нею він і асоціюється. Випуски різні за наповненням, тому відповідно їх ведуть різні люди, що-

би, коли глядач побачить певного ведучого в кадрі, він одразу розумів, про що будуть ці новини, вловив тематичну спрямованість. О 23.15 випуск новин веде Юлія Бориско. Власне, є ще також чітка градація. Якщо Наталія Мосейчук, наприклад, о 19.30 дуже статично сидить, то о 23.15 Юлія Бориско вже сидить ось так: спинка відхилена, ніжка гарненько поставлена. Тут ми працюємо на чоловічу аудиторію, умовно називаємо її двома словами: «втомлені бізнесмени». Що стосується Соломії Вітвіцької, то вона постійно ходить у кадрі. Дуже емоційно, динамічно веде свою програму. Якщо вона бачить якийсь кумедний момент в сюжеті, то починає сміятися, співпереживати, як людина. Рейтинг при цьому зростає шалено, але керівництво не в захваті. У принципі, в цьому випадку така поведінка можлива, але о 19.30 – ніколи. Тепер щодо «ТСН Тиждень». Ведуча інформаційного випуску Алла Мазур ходить. Це єдиний інформаційний випуск, де ведуча ходить. І є якісь елементи інтерактивну, наприклад, звернення до глядачів дзвонити, звертатися. Ну і в Соломії Вітвіцької теж є своя сторінка на «Фейсбуку», яку вона самостійно модерує, проводить опитування і оприлюднює результати в ефірі.

Ж.: Усі ведучі – у сучасній студії, на фоні плазм. Як на «1+1» ставляться до технічного оснащення, зокрема, ньюзрумів для журналістів?

О.М.: Нема межі досконалості. Якщо порівнювати з попереднім сторіччям, у нас досить комфортні умови. Нам, журналістам, звісно, хотілося б кращих умов. Керівництво обіцяє, що як тільки приїдемо в нове приміщення, вони значно покращаться. І ми цього чекаємо всі, як дива. Зараз що ми маємо. По-перше, програму верстки новин. Є програма, в якій ми монтуємо окремо, але зараз самі не монтуємо. А раніше була така можливість – самим монтувати. Обирали плани, вирізали необхідні синхрони, і потім, коли приходили на монтаж, викладали цю «рибу»

на таймлайн, і вже півсюжету змонтовано фактично. Зараз такої можливості немає, оскільки дуже розширився «ТСН», збільшилася кількість користувачів, а програма на таку їх кількість не розрахована. Тобто трішки в цьому плані повернулися назад. Ми навіть іноді пишемо у програмі Word. Хоча є спеціальна програма верстки. Там чітко видно, який сюжет пишеться, який монтують, а який уже змонтовано. Редактори, відеоінженери ставлять «галочки» навпроти сюжетів, і випусковий редактор може чітко бачити, в якому стані його випуск. У принципі, ми підіймали питання щодо того, щоби кожен журналіст міг монтувати на робочому місці, але не всі цього хочуть. По-перше, навряд чи через це піднімуть зарплату. І більше, по-друге, роботи доведеться робити. Але мені і деяким моїм колегам було б зручніше, якби ми самі монтували. Нам би не доводилося робити подвійну роботу, як зараз, ми зараз спочатку розшифровуємо плани в монтажі, а потім на монтажі знову їх шукаємо, ці тайм-коди, синхрони.

Ж.: Чи навчають вас, журналістів, монтувати у нових програмах і чи забезпечують курси з підвищення фахової майстерності?

О.М.: На студії Савіка Шустера, наприклад, це роблять обов'язково. Фінансову відповідальність несе за це компанія повністю, у них є курси акторської майстерності, журналістів учать не тільки говорити, а й ходити, повертатися, усміхатися. Крім того, допомагають журналістам слідувати за зовнішністю, в тому плані, що навіть салон краси їм забезпечують раз на тиждень. На «І+І» цього немає, на жаль. Принаймні поки що. Але ми ці питання підіймаємо регулярно, тому що нам хочеться навчатися. Зараз пообіцяли відновити курси англійської мови, які були раніше. Утім, тепер ми маємо сплатити половину вартості курсів, а половину вже оплатить канал. Такий само варіант нам запропонували і з українською мовою. Досить важко організувати процес,

адже журналісти повертаються зі знімальних в різний час і є певна складність з організацією груп.

Ж.: Ольго, а чи часто Вам доводиться писати ВМЗ під відео, яке ви не знімали? Маю на увазі взятє з YouTube, соціальних мереж, мобільних телефонів інших людей.

О.М.: Щодо відео з YouTube. Один із принципів у новинах, де я працювала і де працюю зараз, це є показати найточніші дані, які є на цей момент, якомога ближче до глядача. Звичайно, якщо це відео зняв наш глядач і воно важливе, ми його покажемо. Адже новини – це все ж таки важливість і оперативність. Ми не будемо тиждень чекати офіційного дозволу використати якесь відео, якщо у нас є відео очевидців, зняте, до прикладу, на мобільний. Поряд із цим, постає питання захисту авторських прав. Досить часто змушені брати аматорське відео, і якщо це не наш глядач запропонував, а просто виклала в YouTube якась людина, ми маємо до неї достукатися, щоби спитати дозволу. Цей момент українське законодавство не регулює. У нас, наприклад, є багато судових позовів до каналу, коли люди не згодні, що використали їх відео. Або згодні, але хочуть за це грошей. Все ж таки щодо відео з YouTube проблеми виникають рідко і в більшості випадків пов'язані з музикою, з фільмами, тому зараз у нас є чітка база, яку канал закупив. Ми можемо використовувати лише музику, яка є у нас в базі. Ніяких інших кадрів з кінофільмів, фрагментів, нічого такого.

Ж.: «Новий канал» віднедавна теж має таку базу, до слова. Тепер кілька слів про розважальність. «ТСН» робить новини у форматі інфотейнменту. Як це проявляється на відео?

О.М.: У нас немає такого поняття, як перебивки. Тобто питання не «чим крити», а «що показувати». І, відповідно, через це ти вже розумієш, що в тебе має бути інформативний кадр, цікавий. Відповідно, маємо те, що вбиває всіх монтажерів. Це «кліповий»

монтаж і динамічна зйомка. Те, що ненавидять усі оператори, це знімання з плеча у стрибку. У них дуже болить спина, і я їх розумію. Треба, аби було все виправдано. Увесь сюжет відео з плеча – це теж не розумно. Якщо тобі потрібно показати гонитву якусь – біжи, женись. Але якщо це все не обов'язково, то просто не треба. У нас були випадки, коли знімали з плеча, людина вмикалася, і оператор все з плеча знімав. Відео «гуляло», і це було навіть як глядачеві неприємно дивитися, аж нудило від тої динаміки. Словом, усе має бути виправдано. З іншого боку, ясна річ, статичні плани по 7 секунд – це теж нонсенс. У нас не може бабуся йти через дорогу 10 секунд. Треба, щоб їй хтось допоміг подолати цю відстань швидше (посміхається. – прим. авт.)

Ж.: Сюжети журналістів, зняті з однієї і тієї ж події, відрізняє творчість. Наведіть, будь ласка, кілька прикладів Ваших креативних стенд-апів, які запам'яталися.

О.М.: Це, може, не дуже такий креативний прийом був, і на той час я нічого нового не вигадала. У той момент він просто був виправданий. Річ у тім, що у мене перед тим було інтерв'ю з міністром, довелося вдягтися офіційно, у костюм. А потім наступна зйомка була про астрологічний прогноз на прийдешній рік Дракона. Звичайно, що одяг не відповідав, але хотілося обіграти те, що відбувалося на події. Я вдягнула костюм дракона, але лише по пояс, далі в мене був хвіст, лапи, лапи волохаті такі, все як треба. З манікюром! Потім мені хлопці вдягали голову. Але спочатку цього всього не було видно. Тримав план по пояс мій оператор, а потім він зробив від'їзд, і тоді вже все стало видно. Я казала: «Хлопці, нумо вдягайте мені голову!» і йшла вже вбрана танцювати, як дракон. Тобто це було весело, і це так трошки дивувало, а оскільки у нас девіз: «ТСН вражає», - то ми з оператором вирішили розмішити глядачів.

Ж.: Ольго, Вам подобається Ваша робота?

О.М.: Звичайно. Це постійна зміна вражень, динаміка життя, яка дає можливість постійно розвиватися.

Ж.: Тоді бажаємо розвиватися і надалі та отримувати задоволення від роботи. Дякуємо за інтерв'ю.

О.М.: І Вам дякую.

ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК

Акт	48
Андердог	35
Антагоніст	29
Антигерой	29
Арка персонажа	38
Архетип	30
ВМЗ	74
Герой	29
Експозиція	18
Емпатія	29
Епізод	48
Зав'язка	19
Інцидент з підбурюванням	18
Історія	48
Кадр	47
Конфлікт	39
Кульмінація	18
Логлайн	14
Овердог	35

Персонаж	35
Піраміда Фрейтага	18
Протагоніст	29
Розвиток дії	19
Розв'язка	19
Сеттинг	18
Синхрон	55
Синопис	14
Сторителінг	10
Сцена	47
Сценарій	15
Трансмедійний сторителінг	60
Чотирикутна опозиція	45
ABDCE модель	22

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Навчальне видання
(українською мовою)

Аліна МИСЕЧКО

СТОРИТЕЛІНГ (Storytelling)

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

для магістрів спеціальності В1 – «Аудіовізуальне мистецтво та
медіавиробництво» із дисципліни «Сторителінг» (англ. Storytelling)

Науковий редактор
доктор наук із соціальних комунікацій, професор
Гоян Віта Володимирівна

Верстка та дизайн
Литвиненко Євген Миколайович

Коректор
Мордюк Наталія Миколаївна

4,07 авт. арк.
Формат А5



ПРО АВТОРА

Аліна МИСЕЧКО, кандидатка наук із соціальних комунікацій, викладачка кафедри кіно- і телемистецтва Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Випускниця кафедри телебачення і радіомовлення Інституту журналістики Київського університету імені Тараса Шевченка. Кандидатська дисертація «Інформаційна телепрограма в Україні: традиції і трансформації».

Понад 11 років працювала тележурналісткою (програма новин «Репортер» на ТОВ «Новий канал»), телеведучою («Абзац!», «Заробітчани», «У кого більше?» на ТОВ «Новий канал»), шеф-редакторкою рубрики «Школяр навколо світу» (ТОВ «Новий канал»), редакторкою і ведучою «Кави з перцем» (програма «Зірковий шлях» на ТРК «Україна»).

Авторка наукових, навчально-методичних праць, присвячених телебаченню як явищу екранної комунікації, мистецтва, виду аудіовізуальної творчості. Керівниця творчих майстерень двох випусків ведучих програм телебачення. Викладає дисципліни спеціалізації.