

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра історії української літератури, теорії літератури
та літературної творчості

«Допущено до захисту»
протокол засідання кафедри історії української літератури, теорії
літератури та літературної творчості №10 від 19 травня 2023 р.
завідувач кафедри _____ проф. Сліпушко О. М.

СТОРИТЕЛІНГ В ІНСТАГРАМ-БЛОЗІ

Бакалаврська робота
студентки IV курсу,
спеціальності
«Літературна творчість,
українська мова та література»,
за спеціальністю 035 філологія
Коваленко Катерини Михайлівни.
Науковий і творчий керівник:
доктор філологічних наук, професор
Гнатюк Мирослава Михайлівна.

ЗМІСТ:

ВСТУП	3
Розділ 1. Основи сторітелінгу	5
1.1. Теорії та моделі сторітелінгу.....	10
Розділ 2. Публіцистика в інстаграмі: лайфстайл напрям	12
2.1. Інстаграм як платформа для сторітелінгу.....	12
2.2. Сторітелінг в лайфстайл інстаграм-блогах.	12
ВИСНОВКИ	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25
ДОБІРКА АВТОРСЬКИХ ТВОРІВ: «ВІДЧУТТЯ ДОМУ»	29

Вступ

У сучасному цифровому світі соціальні медіа відіграють велику роль в житті людей, впливаючи на їхнє споживання контенту, спілкування та вибір «продуктів» інформації. Інстаграм, будучи одним із найпоширеніших соціальних медіа, стає важливою платформою для маркетингу, брендінгу та персональної експресії. Одним з ключових методів комунікації в цій платформі є сторітелінг, або розповідання історій, який набуває сьогодні широкої популярності.

Актуальність випускної кваліфікаційної роботи підтверджується тим, що сторітелінг в соціальних медіа, зокрема в Інстаграмі, активно використовується як засіб комунікації, залучення аудиторії, створення тривалого зв'язку з аудиторією та взаємодії з нею на більш особистому рівні. Зростання числа користувачів Інстаграма та лайфстайл блогерів змушує вивчати та розуміти особливості ефективного використання сторітелінгу в цій платформі.

У нашій роботі досліджено концепції сторітелінгу, його вплив на публіцистику в Інстаграмі та практичне застосування в рамках лайфстайл напрямку. Питання сторітелінгу в соціальних медіа вивчали такі дослідники, як: Куцай Т. І., Генцар-Осипова М., Синюкова М., Раменська С., Сібрук В., Ущатовська І. В., Зубкова Ю. В., Харитоненко О., Павлова О., Тертиця О. та інші.

Метою роботи є дослідження способів ефективного використання сторітелінгу в рамках лайфстайл блогінгу в Інстаграмі.

Вказана мета обумовила наступні завдання роботи: вивчити теорію сторітелінгу, дослідити Інстаграм як платформу для сторітелінгу, проаналізувати лайфстайл напрям в інстаграм-блогінгу та розглянути практичні приклади використання сторітелінгу в лайфстайл блогах.

Об'єктом дослідження є сторітелінг в інстаграм-блосі, а предметом – використання сторітелінгу в рамках лайфстайл напрямку.

Новизна бакалаврської роботи полягає в комплексному аналізі застосування сторітелінгу в рамках лайфстайл-блогінгу в Інстаграмі, поєднуючи теоретичні підходи та практичний аналіз.

Методи дослідження – рецептивна естетика, семіотичний аналіз, філологічний, інтертекстуальний, постструктуралістський, контент-аналіз інстаграм-блогів та кейс-стаді.

Інформаційною базою для написання випускної кваліфікаційної роботи стали наукові дослідження з теми, література зі сторітелінгу, а також реальні приклади лайфстайл блогів в Інстаграмі.

Практичне значення роботи полягає в наданні корисних рекомендацій Інстаграм-блогерам, маркетологам та бренд-менеджерам щодо ефективного використання сторітелінгу в своїх стратегіях.

Випускна кваліфікаційна робота складається з наукової частини (вступ, два розділи, що включають три підрозділи), висновків, списку використаних джерел та творчої авторської добірки «Відчуття дому».

Розділ 1. Основи сторітелінгу

Сторітелінг є ефективним методом комунікації, який використовується в різних сферах діяльності, включаючи особисті блоги. Цей підхід полягає у розповіді історії, яка створює емоційний контакт з аудиторією та мотивує її на певний вчинок. За допомогою сторітелінгу можна краще передати інформацію, залучити увагу реципієнта та створити сильне сприйняття. У персональних блогах сторітелінг може використовуватися для розповіді про особистий досвід, навчальні ситуації, життєві історії або роздуми. Це дозволяє авторам блогу підтримувати зв'язок зі своєю аудиторією, спонукати її до роздумів, викликати емоції та надихати на дії.

Сторітелінг – важлива частина функціонування сучасної публіцистики. За спостереженням Т. Куцай, сторітелінг активно застосовується і в інших жанрах: «наприклад, з метою донесення інформації про ситуацію на Сході України. Конкретні людські історії мають можливість вплинути на людські емоції та зробити так, аби ці історії надовго запам'яталися, не поступаючись у людській пам'яті іншій інформації <...>. Приклади структурування подій і процесів, а також людських доль як демонстрація того, що реально відбувається, яскраво відображені в історіях, розміщених на сайті радіо “Свобода”» [18]. За допомогою конкретних людських історій, автори наголошують на можливості впливу на емоції людей і запам'ятовування інформації. Наприклад, в контексті ситуації на Сході України, структурування подій і процесів, а також представлення людських доль через історії можуть допомогти читачам краще розуміти реальність і запам'ятовувати події на довгий час [18]. Застосування сторітелінгу в ЗМІ дозволяє надати вичерпну характеристику різним персонам за допомогою крос-медійних елементів. Використання сторітелінгу робить інформацію доступною, зрозумілою і прийнятною для аудиторії. Особливо важливою ця стратегія стає в сучасних умовах, коли традиційні ЗМІ і комунікаційні канали зазнають значних змін. Застосування психологічних механізмів емпатії

допомагає залучати більше слухачів, розширювати їх інформованість і загалом перетворювати інформацію на довгостроковий ефект.

Сторітелінг часто використовується в рекламі та маркетингу для створення історій, які привертають увагу споживачів та стимулюють їх до придбання тих, чи інших товарів, або послуг. В політиці сторітелінг може використовуватися для побудови образу кандидата або партії, створення емоційного зв'язку з виборцями та переконання їх підтримати конкретні ідеї. Як відзначає О. Харитоненко, сторітелінг прочитується сьогодні «як багатозначний термін (професіоналізм), яким позначають 1) власне жанр життєвої історії; 2) будь-який матеріал, у якому велика увага приділена структурі оповіді, або сама наративна стратегія, структура оповіді, здатність правильно і захоплююче розповісти про щось; 3) уміння правильно представити публікацію у виданні засобами архітекtonіки» [32].

Сторітелінг бере свій початок ще з давніх часів. Водночас, як цілісна концепція він з'явився в середині 1990-х років. Американська національна мережа сторітелінгу описує це явище як "інтерактивне мистецтво використання слів і дій для виявлення елементів і образів історії для пробудження уяви слухача". Концепцію сторітелінгу запропонував Девід Армстронг, який описав його у книзі «Керівництво щодо поліпшення роботи», де розповів про «важливі вчинки підлеглих із життя його компанії. За допомогою психологічного фактору він надав історіям більш виразного і захоплюючого забарвлення» [32].

Дослідники Р. МакКі та Т. Джерас вказують на важливість сторітелінгу з погляду нейробіології. Вони вивчають ділянку мозку, відому як поле Бродмана 10, що відповідає за пам'ять та прийняття рішень. Згідно з їхньою думкою, коли розум сприймає історію, її віртуальні події відтворюються в полі Бродмана 10 [19, с. 93]. Потім пам'ять обробляє ці події і порівнює їх з реальними. Цей процес допомагає розуму поєднувати шаблони реальних і нереальних подій та створювати основу для майбутніх дій. Автори доходять

висновку, що розум створює історії, аби подолати прогалину між людиною і всесвітом, між собою і минулим, сьогоднішнім та майбутнім.

Основний критерій сторітелінгу – відповідність цільовій аудиторії. Історії повинні бути актуальними, доречними та сприйнятливими для аудиторії, що означає – вони повинні бути зрозумілими, простими та емоційно зворушливими. Додатково, вони повинні бути правдивими, реалістичними та особистими, щоб викликати довіру і співпереживання у слухачів або читачів. Історії також повинні бути новими, цікавими та динамічними, щоб збуджувати інтерес й утримувати увагу аудиторії. Важливо також, щоб історія була короткою, сфокусованою та грамотною з точки зору мови й ораторського мистецтва.

Згідно з дослідженнями Ю. Блажнєвської, основні критерії, які слід враховувати при створенні історії, включають :

- Актуальність та своєчасність: історія повинна бути пов'язана з поточними подіями і цікавити аудиторію в даний момент.
- Доречність: історія має бути релевантною для цільової аудиторії і враховувати її потреби та інтереси.
- Правдивість та реалістичність: історія повинна викликати довіру і відображати реальність, що сприяє підвищенню її ефективності.
- Зрозумілість та простота: історія має бути легко зрозумілою для аудиторії, використовувати просту мову і уникати складних термінів.
- Особистісність: історія може бути особистою, пов'язаною з досвідом автора або інших осіб, що робить її більш привабливою для аудиторії.
- Емоційність та щирість: історія повинна викликати емоції та бути щирою, оскільки емоції грають важливу роль у залученні інтересу аудиторії.

- Новизна та цікавість: історія має бути новою і цікавою для аудиторії, стимулюючи її увагу та зацікавленість.
- Динаміка: історія повинна мати інтригуючу сюжетну лінію та конфлікт, що збільшує її ефективність.
- Короткість та сфокусованість: історія має бути короткою, зосередженою на одній основній ідеї або повідомленні.
- Багатовимірність: історія може мати глибшу сутність та залишати місце для розмірковування та висновків аудиторії.
- Грамотність мови та ораторське мистецтво: історія повинна бути граматично та стилістично влучною, використовувати ефективні ораторські прийоми [5].

Ці критерії допомагають створити ефективну історію, яка буде притягувати та вражати цільову аудиторію, спонукаючи її до певних дій або реакцій. Варто враховувати специфіку аудиторії, їхні інтереси, потреби та очікування, щоб забезпечити максимальний ефект сторітелінгу.

Створення блогу в Інстаграмі вимагає використання сторітелінгу, який є важливим інструментом для привертання уваги і залучення аудиторії. При написанні вдалої історії необхідно звернути увагу на п'ять важливих елементів, які виокремлює Ю. Блажеєвська: «сюжет, герой, емоції, деталі та висновки» [5]. Сюжет – це послідовність епізодів, пов'язаних ідеєю, темою або змістом. Його розвиток відбувається в постійній реальності, в лінійному часі, має закритий фінал і причинність. Одним з ключових елементів сюжету є активний головний герой, який протистоїть зовнішньому конфлікту і досягає своєї мети. Різні типи сюжетів, такі як лінійний, багатоканальний, паралельний, ретроспективний і обрамлення, можуть бути використані для створення різноаспектності в історіях. Герой історії може виступати в образі різних суб'єктів, таких як: автор, інша людина, група людей, компанія або навіть уявний герой. Важливо, щоб герой був яскравим і сприймався

аудиторією, а читачі/слухачі могли співпереживати йому. Герой може мати якісь вади, ставити перед собою мету і долати перешкоди. Це дозволяє йому набувати нових знань, досвіду, відкривати раніше невідоме, розвиватися. Емоції грають важливу роль у створенні зв'язку між героєм і аудиторією. Читачі/слухачі повинні співпереживати герою й бажати бути схожими на нього. Створення емоційного зв'язку залежить від правдивості історії та її відображення реалістичним способом. Деталі в історії допомагають створити виразнішу картину й зрозуміти глибину ситуації, оскільки «у деталях міститься значне змістове та ідейно-емоційне навантаження. До певної міри вони й самі є мікрообразами. Автор історії має враховувати як зовнішні деталі, так і внутрішні; уміти використовувати як деталі-подробиці, які діють кількісно, описують/характеризують об'єкт зусібч, так і деталі-символи, поодинокі, проте здатні вирізнити сутність, головне» [5]. Важливо використовувати зрозумілу та просту мову, щоб історія була доступною для аудиторії, особливо в контексті складного інформаційного простору. Висновки, які містяться в історії, дають можливість реципієнту розмірковувати, робити власні висновки та зберігати ключові моменти при повторному переказі. Історія повинна бути короткою, місткою та сфокусованою на конкретному аспекті, щоб легко запам'ятатися.

Отже, сторітелінг сьогодні є надзвичайно актуальним інструментом для передачі інформації та досягнення результатів діяльності. Він використовується в різних сферах, таких як: міжособистісна комунікація, освіта, медіа, бізнес, реклама та піар, політика, психотерапія, мистецтво, сім'я та інші. Сторітелінг дозволяє ефективно передавати інформацію, оскільки використовує форму розповіді історії, що викликає більшу зацікавленість та сприйняття.

Популярність сторітелінгу в Інстаграмі може пояснюватися кількома факторами. По-перше, на сучасному ринку медіа спостерігається зростання конкуренції. Засоби масової інформації та мережеві ресурси пропонують широкий вибір контенту, і в такому середовищі важливо знайти ефективний

спосіб виділитися та привернути увагу аудиторії. Сторітелінг дозволяє зробити це шляхом розповіді цікавих і захоплюючих історій, які привертають увагу й створюють емоційний зв'язок з аудиторією. По-друге, спостерігається загальна тенденція до зменшення інтересу до сприйняття новин та опрацювання інформації більшістю масових аудиторій. У такому контексті сторітелінг стає зручним та доступним способом передачі інформації, оскільки він використовує форму розповіді, яка ближча й привабливіша для сприйняття. Користувачі можуть швидко отримати необхідну інформацію, слухаючи або переглядаючи короткі історії. Таким чином, сторітелінг є новим методом представлення інформації, який відповідає потребам сучасного ринку медіа та вимогам аудиторії. Він надає можливість ефективно привертати увагу, створювати емоційний зв'язок та передавати повідомлення у цікавий та доступний спосіб.

1.1. Теорії та моделі сторітелінгу

Сторітеллінг є важливим аспектом спілкування людини, який з'явився ще до писемності. Він стосується способу, яким люди розповідають, слухають та передають історії, які є важливою частиною культури та ідентичності.

Вілл Сторр, у своїй неймовірно інформативній та переконливій книзі "Наука сторітелінгу", досліджує універсальні шаблони, на яких ґрунтуються найбільш запам'ятовувані та впливові історії. Він розкриває одну з ключових моделей сторітелінгу – п'ятиактну структуру.

Типова п'ятиактна структура — це єдиний спосіб розповісти історію [31, с. 137-138]. Вілл Сторр аргументує, що ця структура має глибокі корені в нашій психології та культурі, і що вона застосовується як основа для більшості художніх творів, від літератури до кіно.

У рамках цієї моделі, прогресія історії розглядається через п'ять ключових етапів:

1. Дія I. Ось я, і справи в мене кепські: тут герой знаходиться в своєму звичному світі, але виникає подія, яка розгортає сюжет.

2. Дія II. Може, є якийсь інший шлях?: герой починає шукати нові рішення або шляхи для вирішення проблеми. Це етап випробувань та викликів.
3. Дія III. Є. Я змінився/змінилася: на цьому етапі герой вже вчиться новим урокам, змінює свою поведінку та ставлення до світу.
4. Дія IV. Чи здатен/здатна я витримати біль від змін?: це критичний момент для героя, момент великої кризи або жаху. Герой протистоїть своєму страху та долає випробування.
5. Дія V. Хто я такий/така?: на цьому етапі герой вирішує конфлікт, набуває нової ідентичності або внутрішньої сили.

Усі п'ять етапів взаємозв'язані та послідовно переходять один в один, створюючи цілісний наратив. Вони допомагають розповісти історію, яка є динамічною, емоційно насиченою та захоплюючою для аудиторії.

Кіндра Холл, відома авторка та експертка у галузі сторітелінгу, пропонує власний підхід до створення сильних та впливових історій у своїй книзі "Непереборна сила сторітелінгу". За її словами, існує три ключові елементи, які відіграють вирішальну роль у будь-якій історії.

По-перше, це "нормальне". Тобто, частина історії, де "ви вводите основні елементи історії: впізнавані характери і їхні емоції" [34, с. 65]. Це основний стан речей, стартова точка, з якої починається розвиток подій.

Потім настає "вибух". Відповідно до теорії Кіндри Холл, це "той момент в історії, коли досі нормальне раптом змінюється, байдуже, на краще чи на гірше"[34, с. 65]. Цей момент змін може бути грандіозним або скромним, але він завжди відіграє ключову роль у формуванні сюжету.

Третім і останнім елементом є "нове нормальне". Це етап, коли "ви демонструєте аудиторії, яким стало життя після вибуху" [34, с. 65]. Цей етап може включати висновки, наслідки подій, або навіть мораль історії.

Ця структура, яку пропонує Кіндра Холл, проста, але потужна. Вона допомагає створювати історії, які резонують з аудиторією, і дозволяє використовувати сторітелінг як інструмент донесення ідеї або посилення меседжу.

Існує безліч теорій і моделей сторітелінгу, вони різняться за стилем, масштабом та контекстом, але всі мають одну спільну рису – вони надають каркас для створення смислових і впливових історій. Ці моделі та теорії є важливими інструментами для бізнесу, реклами, маркетингу, а також для будь-якої іншої сфери, де потрібно привернути увагу аудиторії і забезпечити міцний зв'язок з нею.

Теорія 5-актної структури дає можливість створити динамічний та цікавий сюжет, починаючи від експозиції і до кульмінації. Вона допомагає відслідковувати еволюцію персонажів і підтримує увагу аудиторії протягом усієї історії.

Тим часом, теорія Кіндри Холл пропонує більш спрощений, але не менш ефективний підхід до сторітелінгу. Її модель наголошує на важливості показу змін, що відбуваються з персонажами, і застосування цих змін з метою донесення ключового повідомлення.

Обидві ці теорії ілюструють різноманітність підходів до сторітелінгу, але одночасно вони підкреслюють загальну суть: гарна історія - це та, яка зачіпає слухачів, викликає емоції та залишає у них відчуття впливу і впізнаваності. Незалежно від того, яку модель або теорію застосовувати, найважливіше - це зв'язок з аудиторією, адже любов до історій в людях закладена на генетичному рівні. Будь-яка інформація виглядає більш захоплюючою і сприймається легше, якщо вона представлена в форматі історії [4, с. 65]. Це і є сутність сторітелінгу.

Розділ 2. Публіцистика в інстаграмі: лайфстайл напрям.

2.1. Інстаграм як платформа для сторітелінгу.

Сучасний медіаландшафт трансформується за рахунок розмаїття цифрових платформ, які надають можливості для публіцистики. Однією з найбільш популярних і впливових соціальних медіа платформ є Instagram, який забезпечує унікальний простір для побудови брендів і публіцистики.

Будучи одним із найбільш популярних соціальних медіа, Instagram відкриває нові можливості для сторітелінгу. Візуальний характер цієї платформи дозволяє створювати зрозумілі, емоційні та привабливі наративи, які в змозі зацікавити широку аудиторію.

Привабливість сторітелінгу полягає в його здатності створювати глибокі, емоційні зв'язки з аудиторією. "Добре продумані історії викликають почуття довіри та спонукають до дій. Вони допомагають вирішувати проблеми споживача та роблять його співучасником історії... тут існує глибший зв'язок з цільовою аудиторією та формування довгострокової лояльності. Сторітелінг здатний об'єднувати групи людей, задовольняти їх потребу бути причетними до чогось важливого" [17, с. 23].

Із більше ніж 800 мільйонами місячних користувачів Instagram, платформа стає місцем з високою взаємодією користувачів з брендами - у 10 разів більшою, ніж у Facebook, у 54 рази більшою, ніж у Pinterest, і в 84 рази більшою, ніж у Twitter [38]. Це робить Instagram ідеальним майданчиком для публіцистики, зокрема в лайф-стайл напрямку. Насамперед, це досягається завдяки можливостям платформи виразити історію через зображення та короткі відео. Інстаграм включає такі функції, як пости, Stories, Reels та IGTV, які можна використовувати для створення різних форм наративів.

Головні пости Instagram, які створюють основу профілю користувача, часто використовуються для відображення більш постійних аспектів історії або бренду. Вони можуть слугувати довгостроковими елементами сторітелінгу, створюючи загальну картину того, ким є бренд або індивід.

Stories, з іншого боку, дозволяють створювати короткотривалі, більш динамічні сюжети. З'являючись протягом 24 годин, Stories можуть зацікавити користувачів і створити почуття невідкладності.

Reels, в свою чергу, дозволяють створювати короткі, 15-30 секундних відео, які можуть бути використані для більш креативного та енергійного висловлення ідей.

IGTV надає можливість довших відеоформатів, відкриваючи можливість для більш глибокого та детального розповідання історій.

Усі ці інструменти можуть бути використані для створення гармонійної, цілісної і динамічної історії, яка буде відповідати цілям та вимогам бренду.

Завдяки сторітелінгу, Instagram стає не просто платформою для поділу зображень, а потужним інструментом маркетингу. Як правильно зауважено: "сторітеллінг – це частина маркетингу майбутнього. Даний інноваційний PR-інструмент при вмілому використанні демонструє перехід від корпоративної монологічності інформування громадськості до формату інтерактивного діалогу в режимі реального часу" [21, с. 254].

Все більше маркетологів впроваджують методи сторітелінгу в свої стратегії, оскільки: "сторітеллінг, представляє собою сучасний засіб маркетингових комунікаційний, який передає інформацію і зміст за допомогою захоплюючих історій, що набуває все більшої популярності" [27, с. 12-13]. З огляду на всі ці аспекти, можемо стверджувати, що Instagram є ідеальною платформою для впровадження стратегій сторітелінгу. Він враховує сучасні тенденції в контенті, надаючи велику увагу відеоконтенту, що є одним з основних "діджитал" трендів. На слушну думку М. Кірносової: "Сторітеллінг використовує текстову форму, відео, аудіо, картинки та їх поєднання. Історії, що зачіпають, стають вірусними, підвищуючи ефективність цього інструменту комунікацій" [17, с. 20-23].

Особливості Instagram дозволяють використовувати все це різноманіття форматів для створення ефективних стратегій сторітелінгу. Від текстових постів до прямих ефірів та Reels. Ця платформа пропонує широкий спектр засобів для висловлення історій та створення емоційних зв'язків з аудиторією. Завдяки цьому, Instagram відкриває нові можливості для сторітелінгу, перетворюючи маркетинг і PR на процес інтерактивного діалогу, а не одностороннього інформування.

Публіцистика в Instagram перетворюється у справжній арт, використовуючи візуальні елементи для передачі ідей, історій і навіть цілих

світоглядів. Однак платформа використовується не тільки для медіабрендів. Журналісти-одиначки можуть використовувати Instagram для побудови особистих брендів та розповсюдження інформації про великі проекти, над якими вони працюють [37].

Використання Instagram як платформи для сторітелінгу в сфері лайфстайлу дедалі активніше стає трендом сучасного маркетингу та публіцистики. Ця соціальна мережа, що зосереджується на візуальному контенті, набуває нового значення, коли йдеться про передачу історій через текст. У сфері лайфстайлу сторітелінг в Instagram може стати могутнім інструментом. Такий формат сторітелінгу дозволяє формувати довгострокову лояльність і створювати глибокий зв'язок з цільовою аудиторією, викликаючи почуття довіри та спонукаючи до дій [17, с. 23]. Особливо важливо, що цей тип сторітелінгу дозволяє аудиторії відчувати себе співучасником історії, дозволяючи їй мати причетність до чогось важливого.

Інстаграм надає можливість ділитися текстовими історіями через підписи до фотографій та через текстові поля в Instagram Stories, що доповнює візуальний контент і додає до нього контекст. Це дає великі можливості для ефективного сторітелінгу, дозволяючи розповісти історію, що розгортається у велику арку візуального та текстового контенту. Крім того, Instagram може стати потужним інструментом для залучення трафіку на ваші веб-ресурси. Завдяки популярності, яку ви можете набути на платформі, Instagram надає можливість направляти читачів безпосередньо на ваші онлайн-матеріали [37].

Публіцистика в Instagram, особливо в лайф-стайл напрямку, відкриває й нові можливості для побудови бренду, залучення аудиторії та поширення контенту. Вплив цієї платформи на публіцистику продовжує рости, вимагаючи від користувачів нового підходу до створення та розповсюдження контенту.

Таким чином, Instagram є потужною платформою для сторітелінгу, особливо в контексті лайфстайлу, де особисті історії та досвіди можуть бути втілені в текстовий контент, створюючи емоційне поєднання з аудиторією та підсилюючи вплив візуального контенту.

2.2. Сторітелінг в лайфстайл інстаграм-блогах.

За допомогою сторітелінгу сучасні публіцисти, які працюють в Instagram, можуть поділитися захоплюючими історіями своїх подорожей. Вони можуть розповідати про цікаві зустрічі, неймовірні враження та особливі моменти, що створюють незабутні історії для аудиторії. Блогери можуть досліджувати та розповідати історії про різні місцевості, культуру та традиції. Це дозволяє поглибити розуміння місця, відкрити цікаві факти й привабити аудиторію історіями, які розкривають унікальність та особливості різних регіонів. Блогер може поділитися своїми особистими історіями, розповісти про свої зацікавлення, хобі, родину або події зі свого життя, що надає більш інтимного погляду на автора й створює зв'язок з аудиторією.

Лайфстайл-публіцистика використовує соціальні мережі як канали для публікації своїх матеріалів. Сучасні публіцисти створюють спеціально оформлені пости, що містять текст, фотографії або відео та публікують їх на своїх сторінках у Facebook, Instagram, Twitter, інших платформах. Це дозволяє швидко поширювати свій контент серед своєї аудиторії, привертати нових читачів. Як зазначає провідний дослідник тревел-публіцистики Ю. Полежаєв: «Важливою функцією тревел журналістики, яку Ф. Гануш відносить до сфери так званого лайфстайл журналізму, є надання потенційній аудиторії порад та практичної інформації, що стосується мандрів» [25].

Соціальні мережі створюють можливість для активної взаємодії між лайфстайл-публіцистикою та її аудиторією. Читачі можуть коментувати, висловлювати свої вподобання й ділитися матеріалами, а також подавати свої думки та реакції. Це сприяє побудові спільноти навколо видання, залученню читачів, підтримці взаємодії між авторами та аудиторією.

Поєднання тревел та лайфстайл тематики у блозі в Instagram може бути втілене за допомогою сторітелінгу, який надає контенту цікавості, емоційності та значимості для читачів. Створення хронології подорожей, включення особистих емоцій, розповідей про виклики та перемоги, а також детальний опис місцевого життя, культури та гастрономії - усе це сприяє створенню

нарративу, який зацікавлює читачів та відкриває їм нові перспективи. Поєднання тревел та лайфстайл тематики в одному блозі в Instagram відкриває безліч можливостей для створення захоплюючого та цікавого контенту для аудиторії. Такий блог може бути унікальним поєднанням подорожей та елементів особистого стилю життя, що дозволяє поділитися не лише красою світу, але й персональним досвідом та рекомендаціями. Блогер може поділитися своїми подорожами, розповісти про цікаві місця, які відвідав, надати практичні поради щодо подорожей. Водночас, вони можуть акцентувати увагу на відмінностях й особливостях місцевого життя, культури, гастрономії, надати рекомендації щодо найкращих місць для відпочинку та дозвілля. В поєднаному тревел-лайфстайл блозі можуть бути цінні поради та рекомендації, пов'язані з різними аспектами життя. Блогер може ділитися знаннями щодо здорового способу життя, фітнесу, кулінарії, саморозвитку, психології та інших тем, що допомагають покращити якість життя аудиторії. У такому блозі можуть з'явитися елементи стильного життя, моди і краси. Блогер може ділитися своїми образами та трендами у вбранні, аксесуарах та макіяжі під час подорожей. Вони можуть розповідати про місця для шопінгу, ділитися рекомендаціями щодо модних брендів, або створювати стильні фотосесії на фоні визначних місць.

Соціальні мережі надають можливість лайфстайл-публіцистиці отримувати зворотний зв'язок від своєї аудиторії. Читачі можуть надсилати приватні повідомлення, коментарі або відгуки, що дозволяє виданням зрозуміти потреби та інтереси своєї аудиторії й адаптувати свій контент відповідно.

Блогери в Instagram також використовують сторітелінг як мистецтво розповіді інтригуючих та захоплюючих історій. Блоги в Instagram є популярним інструментом для лайфстайл-публіцистики, який дозволяє їм надавати цікавий та взаємодіючий контент для своєї аудиторії. Instagram є переважно візуальною платформою, і блоги в Instagram приділяють велику увагу естетиці та візуальному контенту. Вони створюють красиві фотографії,

використовують стильну графіку, фільтри та ефекти, щоб привернути увагу своєї аудиторії.

Блоги в Instagram допомагають лайфстайл-публіцистам створювати цікавий та різноманітний контент. Вони можуть включати короткі текстові повідомлення, поради, історії, опитування, розповіді з життя, рецензії, відео-кліпи та інше. Це дає можливість підтримувати активну взаємодію з аудиторією. Концепція блогу має відповідати на кілька запитань, які ставить собі автор, зокрема: яким є основний зміст мого блогу? Яка цільова аудиторія блогу? Яку проблему вирішує цей блог та чому людям варто підписатися на нього? Вирішення вищезазначених питань стає ключовим етапом в плануванні та розвитку блогу в Instagram. Визначення основної тематики, цільової аудиторії та проблем, які розв'язує блог, допомагає створити стратегію, спрямовану на досягнення мети блогу та привертання активної аудиторії.

Важливим елементом блогів в Instagram є хештеги. Лайфстайл-публіцистика може використовувати релевантні хештеги, які допомагають розповсюджувати їхні пости та залучати нову аудиторію. Публіцисти, що працюють на цій платформі, також можуть позначати і співпрацювати з іншими користувачами або брендами, що дозволяє показати підтримку або спільну роботу. Instagram надає інструменти аналітики, які дозволяють лайфстайл-авторам вимірювати ефективність своїх блогів. Вони можуть відстежувати показники, зокрема, такі як кількість підписників, взаємодія з публікаціями, перегляди відео та інші метрики, що допомагають удосконалювати контент й аналізувати свою аудиторію.

Стрімке поширення лайфстайл-публіцистики пов'язане з бажанням аудиторії відволіктися від гострих соціальних питань і поринути в світ світського життя та життєвих рекомендацій. Люди, особливо в розвинутих країнах, часто шукають розваги і способи втекти від повсякденних проблем. Сторітелінг допомагає задовольнити цю потребу аудиторії, пропонуючи їм захоплюючі історії, які переносять їх у захопливий світ подорожей.

Сторітелінг в лайфстайл-публіцистиці дозволяє створити цілісну навколишню історію, в яку аудиторія може зануритися. Блогери використовують сторітелінг, щоб створити емоційний зв'язок із читачами та відчуття присутності в захоплюючих ситуаціях. Лайфстайл-публіцистика надає аудиторії можливість побачити яскравий, приголомшливий світ, де вони можуть знайти втіху, ідеї для поліпшення свого життя, модні тренди, поради щодо здоров'я, краси, кулінарії, подорожей і багато іншого. Ці видання часто пропонують контент, що стосується розкішного способу життя, моди, знаменитостей, гастрономії та культури. Вони надають читачам можливість відчувати себе частиною елітарної спільноти й отримати відчуття престижу та розкоші.

Важливим аспектом сторітелінгу в лайфстайл-виданнях є персоніфікація тексту. Блогери можуть включати свої власні думки, роздуми та висловлювання, що надають історіям більш особистого характеру. Їх блоги можуть мати новинний аспект, де вплітаються в розважальний контент, поради, історії життя, рецензії та багато іншого. Лайфстайл-публіцистика в Інтернеті часто надає велику увагу візуальному контенту, такому як фотографії, ілюстрації, відео, графіка, тощо. Це дозволяє привернути увагу читачів та створити естетично привабливий дизайн.

Лайфстайл-публіцисти зазвичай інтегрують низку тем, пов'язаних зі стилем життя та соціальними практиками індивіда, надають читачам широкий огляд цих тем із різних точок зору. Вони можуть включати такі аспекти, як мода, краса, фітнес, здоров'я, харчування, подорожі, культура, мистецтво, сім'я, відносини та багато інших. У цих виданнях часто можна знайти пояснення й аналізи певних соціальних тенденцій, явищ і трендів. Експерти з різних галузей можуть висловлювати свої думки та коментарі щодо певних практик, модних напрямків. Це допомагає читачам зрозуміти їх контекст та можливі наслідки.

Розгляньмо приклади використання сторітелінгу в сучасних лайфстайл-блогах в Інстаграм.

Владислава Карпенко (@slava_karpenko) є українською блогеркою, яка за допомогою сторітелінгу в Instagram ділиться історіями зі свого життя, набуваючи широкого визнання серед своєї аудиторії.

Пост “Я ніколи не була хорошою на коротких дистанціях” – про особистий досвід блогерки, що охоплює її дитинство, професійні танці та подорожі в гори. Вона використовує цю історію як метафору для свого життя, що демонструє важливість завзятості, стійкості та розуміння, що успіх – не лише вершина, але і подорож до неї.

"Коли мені здається, що я недостатньо піднатиснула на коротку, або що мені замало оплесків, або що всі мої блискітки розлетілися зі сцени, я згадую, що життя – це скоріше туманні перевали Чатирдага, де рівноцінні підйом і спуск. Вдих. І видих" [15], зауважує блогерка. Ця цитата відіграє критичну роль у сторітелінгу В. Карпенко. Вона зводиться до центральної теми ідеї, яка проходить через увесь її пост – життя, це не лише про досягнення вершин, це також процес і виклики, з якими стикаємося по дорозі.

Ключовими елементами сторітелінгу Владислави Карпенко є автентичність (вона відкрито ділиться своїми викликами, своєю любов'ю до життя та емоціями. Її історії відчутні, живі та душевні), реалістичність (авторка не показує життя як бездоганне, іноді підкреслюючи складність своїх подорожей та життєвих випробувань), взаємодія з аудиторією (вона не лише розповідає свої історії, але й створює простір для обговорень і підтримки в коментарях), цільова аудиторія (її текст має резонанс серед жінок, які шукають інсайти та інспірацію для власного життя, любові та відчуттів), успішність (її методи сторітелінгу допомагають підтримувати власну активну та відгукову аудиторію з 51 000 підписників, забезпечуючи велику кількість взаємодій у вигляді лайків та коментарів).

Таким чином, використання сторітелінгу Владиславою Карпенко є ефективним засобом залучення аудиторії, створення глибокого зв'язку з нею та донесення своїх життєвих уроків.

Блог Олександра Буша (busha_sasha) в Instagram відображає елементи сімейного сторітелінгу, що зосереджені на реальному житті й вихованні його дітей – Лео та Елвіна. Передусім, блог впливає на емоційний стан читачів через автентичність, щирість діалогів між батьком та дітьми, які відображені у відео й текстах.

Цільова аудиторія включає батьків і людей, які цікавляться вихованням дітей, або просто люблять дітей. При аналізі одного з його постів, можна бачити, як автор залучає аудиторію до важливих суспільних питань, таких як війна в Україні. Він поєднує серйозні теми з невинністю дитячої реакції, створюючи емоційний зв'язок з читачами, надихаючи їх на солідарність і боротьбу. Він демонструє, як важливо залишатися сильними, не боятися, і як важливо підтримувати тих, хто потребує цього, особливо в складні часи.

За допомогою діалогу у відео, батько показує, як діти сприймають та реагують на поточну ситуацію. Застосування діалогу, як основного інструменту сторітелінгу, створює більш емоційну взаємодію і глибше розуміння ситуації, дозволяючи аудиторії бачити світ очима дитини. Загалом, блог busha_sasha використовує глибокоемоційні елементи сімейного і соціального сторітелінгу, що створює сильне враження на аудиторію, викликає співчуття, солідарність і любов до ближнього.

Таким чином, сторітелінг є невід'ємною частиною блогів в Instagram лайфстайл тематики. Використовуючи мистецтво розповіді за допомогою інтригуючих історій та особистих досвідів, блогери надають своєму контенту більшу значущість та глибину. Це допомагає залучати, утримувати і збуджувати інтерес аудиторії, створюючи взаємодію та емоційний зв'язок зі своїми читачами. Одна з ключових рис якісної лайфстайл-публіцистики – це баланс думок. Вони зазвичай намагаються подати різні погляди на тему, дозволяють читачам самостійно сформулювати свою власну думку. Це допомагає сприймати інформацію більш об'єктивно та розуміти, що існує не одна єдина правильна точка зору. Такі видання можуть також розміщувати історії та дослідження, які підтверджують, або спростовують певні практики

та уявлення про стиль життя, допомагаючи читачам зробити власний осмислений вибір.

Висновки.

У бакалаврській роботі розглянуто поняття сторітелінгу, його визначення та концепції, різні теорії й моделі, які існують в літературі, роль інстаграму як платформи для сторітелінгу. Досліджено особливості інстаграм-контенту, а також засоби, які надає ця соціальна мережа для розповіді цікавих, ефективних історій. Розглянуто, як сторітелінг застосовується в лайфстайл інстаграм-блогах, зокрема в контенті, що об'єднує тревел і лайфстайл тематику. До аналізу залучені два успішних блоги, їхні підходи до створення власних історій на Інстаграмі. Досліджено, як блогери застосовують сторітелінг для залучення та взаємодії з аудиторією, а також те, як вони висвітлюють важливі суспільні питання через свій контент.

Існує безліч різних способів, якими блогери Інстаграму можуть використовувати сторітелінг для залучення своєї аудиторії. Незалежно від того, які теми вони охоплюють – від сімейного життя до моди, від здорового способу життя до подорожей, важливими є засоби встановлення зв'язку з читачем за допомогою впізнаваних, реальних історій та персонажів.

На основі аналізу блогів в Інстаграмі, які спеціалізуються на лайфстайл-темах, було виявлено, що застосування сторітелінгу дозволяє блогерам писати глибокі та емоційно багаті пости, тим самим створюючи сильний зв'язок з аудиторією. Через цей зв'язок вони можуть впливати на свідомість своїх читачів, пробуджувати їхню емпатію та зацікавленість, а також вести важливі дискусії на суспільні теми.

У процесі написання цієї дипломної роботи набуто цінні знання та навички, які можна застосувати в майбутньому. Досліджено, як блогери Інстаграму використовують сторітелінг для залучення та утримання аудиторії, а також як цей інструмент застосовується для висвітлення важливих суспільних питань. Отримано глибоке розуміння того, як вміст може бути

сформований для збільшення емпатії, співчуття та глибокого зв'язку з аудиторією. У результаті виокремлено конкретні прийоми та методики сторітелінгу, які можна застосовувати у власних проєктах. Це дослідження надало інструменти для створення більш впливового та емоційно зарядженого контенту, який може створити зв'язок з аудиторією на глибшому рівні, а також підбору правильного контексту й налагодження взаємодії з читачами, щоб зробити історії більш запам'ятовуваними та значущими. Дослідження сторітелінгу в інстаграм-блозі не лише розширило знання про комунікацію та вплив, а й надало практичні навички для успішного розвитку особистого бренду, професійної кар'єри в сфері медіа та маркетингу. Планується застосування отриманих знань і досвіду для створення цікавого й емотивного контенту, що спонукає аудиторію до роздумів і дій.

Окрім застосування блогерами сторітелінг в Інстаграмі, як основного інструменту для залучення аудиторії, він використовується ними і для висвітлення особистих історій та досвідів, що дозволяє творцям підкреслити свою унікальність та автентичність. Через розповіді про особисті переживання, вони можуть поділитися з аудиторією своїми думками, почуттями, уявленнями про життя.

Таким чином, застосування сторітелінгу в лайфстайл-блогах Інстаграму є не тільки потужним інструментом залучення аудиторії, а й способом висловлювання особистих поглядів та думок, обміну досвідами, ведення важливих суспільних дискусій.

Висновок наукового керівника: бакалаврська робота Коваленко Катерини Михайлівни виконана самостійно, на високому фаховому рівні, що дозволяє рекомендувати її до захисту.

Науковий керівник – Гнатюк Мирослава Михайлівна, доктор філологічних наук, професор

Список використаних джерел:

1. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. М. Зубрицької. 2-е вид., доповнене. Львів: Літопис, 2001.
2. Баррі П. Вступ до теорії: літературознавство і культурологія / пер з англ. О. Погинайко. К.: Смолоскип, 2008.
3. Билініна М., Точиліна М. Як знайти ідею і почати заробляти в Інстаграмі й не тільки. 2021. URL: <http://flibusta.site/b/617767/read>
4. Бібікова М. СТОРІТЕЛІНГ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ІМІЖДУ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis09-05.html>
5. Блажеєвська, Ю. Сторітелінг у сучасних українських ЗМІ. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2020. Том 17. URL: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/16527>
6. Бовсунівська Т. Основи теорії літературних жанрів. К.: ВПЦ «Київський університет», 2008.
7. Буша О. Завтра літо. 2023. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.instagram.com/reel/Cs6t4F5AVX7/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA
8. Віконська Д. *Ars Longa...*: Літературознавство. Мистецтвознавство. Культурологія. Есеї / Упоряд. та літ. редакція Надії Поліщук. Львів, 2015.
9. Волощак М. Неправильно-правильно. Довідник з українського слововживання: За матеріалами засобів масової інформації. К.: «Просвіта», 2000.
10. Галич О.А. Історія вітчизняного та світового літературознавства. Посібник для філологічних спеціальностей. Ч. 1–2. Луганськ, 2000.
11. Гатальська С. Філософія культури. К., 2005.
12. Генцарь-Осипова М., Синюкова М. Пиши як художник. Як створювати інстаграм-тексти, що чіпляють. 2021. URL: <http://flibusta.site/b/658799/read>

13. Десять популярних тревел-блогерів в Instagram і YouTube. 2023. URL: <https://www.travelpayouts.com/ru/blog/popular-instagram-travel-bloggers/>
14. Еко У. Поетика відкритого твору // Еко У. Роль читача. Дослідження з семіотики текстів / Пер. з англ. Львів: Літопис, 2004. – С. 80–106.
15. Карпенко В. Я ніколи не була гарною на коротких дистанціях. 2021. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.instagram.com/p/CWEgXhvFovF/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA
16. Кемпбелл Дж. Герой із тисячею облич / пер. з англ. Олександр Мокровольський. Київ: Альтернативи, 1999.
17. Кірносова М. Маркетинг і цифрові технології. Сучасні тенденції розвитку сторітеллінгу у цифровому маркетингу. Одеса, 2020. № 2. С. 17-26.
18. Куцай Т. Сторітелінг як важлива інформаційна технологія та ДНК інформації. *Інтегровані комунікації*. 2020. Випуск 8. С. 42-46. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2019.2.4>
19. Мак-Кі Р., Джерас Т. Сторіноміка: маркетинг у пост рекламну епоху / пер. з англ. Є. Голобородько. Харків: Віват, 2019.
20. Митрошина А. Просування особистих блогів в Інстаграм: покрокове керівництво. 2018. URL: <http://flibusta.site/b/575184/read>
21. Павлова О., Тертиця О. Сторітеллінг як ефективний засіб нейромаркетингових комунікацій сучасного бізнесу. Тернопіль: ТНЕУ, 2020. С. 252-254.
22. Парандовський Я. Алхімія слова. К., 1991.
23. Полежаєв Ю. Розвиток просвітницької тревел-журналістики в Україні (середина XIX – початок XX століття). *Держава та регіони. Сер. : Гуманітарні науки*. 2012. № 4. С. 106-110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drgn_2012_4_20
24. Полежаєв Ю. Паломницька література (ходіння) як прообраз тревел-журналістики. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*. 2013. № 1. С. 89-94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2013_1_20

25. Полежаєв Ю. Тревел-журналістика як об'єкт наукового осмислення: сфери інтересу та дискусійні проблеми (на матеріалі зарубіжного досвіду). Поліграфія і видавнича справа. 2015. № 1. С. 131–140. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pivs_2015_1_17
26. Полежаєв Ю. Тревел-журналістика як об'єкт наукової рефлексії: здобутки, проблеми та перспективи. Психолінгвістика. 2014. Вип. 16. С. 322-331. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2014_16_33
27. Раменська С., Сібрук В. Актуальність сторітелінгу в контексті розвитку маркетингових методів просування продуктів. Матеріали науково-практичної конференції «Перспективи і виклики глобального маркетингу». Київ, 2018. С. 12-13.
28. Семен Н. Роль соціальної мережі Instagram у популяризації журналістського контенту. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”: журналістика. 2022. № 1 (3). URL: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2022/apr/27375/11_0.pdf
29. Скалацька О. Тенденції та перспективи розвитку lifestyle-журналістики. Вчені записки ТНУ імені В.І Вернадського. Філологія. Журналістика. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_3/39.pdf
30. ТОП-10 найпопулярніших тревел-блогерів в Інстаграм 2022. URL: <https://trendhero.io/ru/blog/trevel-blogery/>
31. Сторр В. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших / пер. з англ. Марта Госовська. К. : Наш Фор-мат, 2022. С. 137-138.
32. Ущатовська І., Зубкова Ю. Бренд-сторітелінг: до визначення структурно-семантичної організації та типів історій бренду. *Закарпатські філологічні студії*. 2021. № 19. Том 1. С. 42-46. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.19.2.9>
33. Харитоненко О. Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітектоніки в журналістиці: зміст, різновиди, сучасні інтерпретації. *Наукові праці*

- Факультету української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка. 2018. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/22258>
34. Холл К. Сторітелінг, який не залишає байдужим: Як історії можуть захоплювати клієнтів, впливати на аудиторію і змінювати ваш бізнес. Київ, 2020. С. 63-66
35. Щоденники мандрівок: кращі тревел-блоги про Україну. 2023. URL: <https://zruchno.travel/News/New/3551?lang=ua>
36. Яус Г.Р. Досвід естетичного сприйняття і літературна герменевтика. К.: «Основи», 2011.
37. Justin Sablich. Three Ways Journalists Should Be Using Instagram. 2019. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.nyguild.org/front-page-details/three-ways-journalists-should-be-using-instagram>
38. Kit Smith. 50 Incredible Instagram Statistic. 2019/ - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.brandwatch.com/blog/instagram-stats/>
39. Mossberg L. Extraordinary experiences through storytelling. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2008. Vol. 8, No. 3. P. 195–210.
40. Urboniene A. Storytelling in Country Branding: A Semiotic Approach. *International Journal on Global Business Management and Research*. 2016. Vol 5. No. 2. P. 17–30.

ДОБІРКА АВТОРСЬКИХ ТВОРІВ:
«ВІДЧУТТЯ ДОМУ».

Увага! Тривога! Всі в укриття!

Ще один «добрий» ранок весни
І замість співу пташок зрання
Довкола – стурбовані голоси.

Людина потроху звикає до всього,
Життя іде уперед щомиті.
Як було раніше, більше не буде:
Ні в Україні, ні в цілому світі.

А як же буде? Як жити далі?
Хто ми і де, куди і для чого?
Анічогісінько ніхто не знає,
На все що коїться – воля Бога.

Кожне містечко моєї країни,
Кожна цеглинка стоїть за волю!
І зло відступає, бо наші крила –
Це віра у Перемогу любов'ю.

Час ущільнився до «тут і зараз»
Розпалося все, що здавалось важливим.
Лиш б'ється серце: щоб там не сталося,
Ти все подолаєш, моя Україно!

**Коли ти лягаєш спати у теплу постіль,
В своїй квартирі, де рідна кожна пилинка,
Ти точно не думаєш, що непроханим гостем
російська ракета вже мчить до твого будинку.**

**І що за годину тебе вже більше не буде,
Застигне життя у купі бетонних уламків.
В новинах покажуть фото: “Загинули люди”...
І знову ракети літатимуть на світанку.**

**Що з нашим світом? Коли це нормальним стало,
Щоб з-під завалів дістали ще теплу дитину..
І щоб уночі, коли сім'ї в квартирах спали,
Будинок перетворився на домовину?**

Інфарктниця.

Коли я не відчуваю телефону в кишені і намацую аналогічну порожнечу в сумці – пульс частішає. Думки збиваються в купу і напружено намагаються відновити ряд подій: коли пальці тапали по екранчику і де очі бачили жовтий чохол востаннє?! Якщо поряд є хтось, словосполучення "Набери мене" у 90% випадків допомагає виявити втрату в радіусі 3 метрів. А як подзвонити, наприклад, на гаманець?

Вечір. Ти повертаєшся після роботи додому. Ставиш машину на стоянку, кидаєш на плече барсетку з документами і на розслабоні простуєш у бік будинку. Проходячи повз стадіон, зустрічаєш сина, який кличе пограти у футбол. Чому б не згадати молодість? Заходиш на поле, вішаєш сумку на ворота і ... азарт гри бере своє. Через хвилин 30 трапляється неприємність: тапок на лівій нозі заявив про свою смерть. Грати незручно, та й їсти хочеться. Забираєш сина та йдеш додому.

Стадіон занурюється у ніч. Вікна-вогники найближчих будинків витягують на світло останніх футболістів. Барсетка на воротах все ще спостерігає за грою, проте вже однієї дівчинки. Аж ось і вона втомлюється, забирає сумку і ховається у темряві дворів. Тепер, коли я думаю про те, як страшенно жахливо втрачати телефон, я пригадую цю історію.

Ця дівчинка – 10-річна я. Знахідка - набита шкіряна барсетка. Цінний вміст: паспорт + ключі від квартири, ідентифікаційний код, документи на одну машину, документи на другу машину, права, перепустки в гараж, ключі від машини, гаманець з купою карт і готівки, конверт з валютою. Гарний набір, правда?

Близько 11 вечора у квартирі сусідського будинку лунає дзвінок:

- Тут проживає Петро?

- ...так, а що?

- Ви нічого не втрачали?

Двері неохоче відчиняються. За ними – подив. Нерозуміння. Осяння. Шок. Усвідомлення. Людині дуже пощастило. Втрачена "інфарктниця" повернулася до нього швидше, ніж його придавило стресом від розуміння, як "вдало" він пограв у футбол. Що, якби ми з мамою прийшли до нього лише наступного ранку? Чи сумку забрав би хтось менш свідомий?

Я лежала на дні і почула її голос.

Цупкий, низький, гострий.

Голос Смерті.

Вона прийшла без стуку.

Увірвалася в мою тишу, як торнадо, і зруйнувала все,
що ще там залишилося після затемнень.

Проковтнула мене і виплюнула на берег, як кит Іону.

І ось я стою. Вкатана в асфальт і жива, як ніколи.

Я чую кожний півтон в тональностях почуттів.

Я тремчу.

Я плачу.

Я воюю.

Я кохаю.

Я співчуваю.

Я шкодую.

Я горюю.

Я тужу.

Кілометри доріг ковзають в небуття.

Ліс вдягся у чисте срібло з інфернальним відливом.

Запах ладану. Скрип столітніх підлог.

Золото ікон і мурашки від голови до п'ят.

То від холоду, то від нервів.

Руки тремтять, віск стікає зі свічки, здається час зупинився.

І мене немає. Або є тільки я.

Серце б'ється. Струмками з очей по щоках стікає біль.

Цей момент ніколи більше не повториться.

Вже нічого не виправити і не змінити.

І бабуся більше не зателефонує.

Ніколи.

Тінь війни.

Колись у моїх шкільних роках, тема війни легко наповнювала мої твори. Глибоко в моє серце впивалися історії ветеранів, воєнні фільми... Здавалося, це тема, яку я відчувала настільки пристрасно. Але, коли війна стала реальністю, коли вона стояла прямо за моїми плечима, перо завмерло в моїй руці.

Уламки пам'яті

За вікном в'язка і зловісна тиша розчиняється у звуках машин, що зриваються з-під під'їздів. Я лежу і боюся поворухнутися, ніби будь-який мій рух здатний зруйнувати наш світ. Зуби щільно втискаються один в одного. Недоглянутий сон розвіявся десь між спалахами від вибухів.

У такі моменти мозок видає помилку сприйняття, він не готовий приймати реальність, яка можлива лише у фільмах, книгах, оповіданнях бабусі, але ніяк не в 21 столітті.

Почалася війна.

Гаразд, потім розберемося, я хочу ще поспати.

Знову вибух.

- Що це? Де це?

Як це?

Що тепер буде?

Я беру до рук телефон і пишу сестрі: "Війна почалася, ти чуєш?"

Дорога в невідомість.

Будильник був налаштований на 6-ту ранку, але очі розплющилися самі за 20 хвилин до. Мені хотілося навести лад на кухні. Навіть плиту протерти. Розібрала продукти. Віддала татові. Зробила смузі та дивилася у вікно. Мені не хотілося вірити, що ми таки їдемо. Виїжджаємо в невідомість. Але ось 8 ранку. Ми запихаємося в гольф, і тато везе нас на Дарницький вокзал.

10-й день війни. По узбіччю купа залишених машин. На вокзалі юрби людей. Моторошно. Повільно. Наш поїзд на 5-й платформі, але крізь натовп у нього неможливо впхнутися. Та й місць там уже нема. Я тремчу. Ловлю чужі хвили паніки. Хочу додому. Дуже сподіваюся, що ми не вліземо.

Інтерсіті їде, залишивши нас в натовпі охочих евакуюватися. Наступний поїзд о 10. Чекати ще годину. А платформа вже забита під зав'язку. Люди ледь-ледь не падають на колії. Тато йде за розкладним стільчиком у машину. І тут оголошують додатковий поїзд із другої платформи. Ми зістрибаємо вниз і намагаємось вибратися на, необхідний нам, сусідній перон. Пройти туди сходами, як в мирні часи, неможливо. Тож люди навколо наслідують наш приклад. Вони стрибають з дітьми, допомагають одне одному, але це суцільний хаос. Перед моїми очима були кадри з постапокаліптичних фільмів. Висота платформи 1,60 м. Маму витягнув якийсь чоловік. Льоша якось закотився, витягнув мене й мою сестру.

Приїжджає електричка. Така звичайнісінька, старенька міська електричка, такими в дитинстві ми їздили у Фастів, до бабусі й назад. Я думала, що це просто повз, але ні. Вона – ластівка, на якій ми полетимо до Львова. Ми заходимо до порожнього вагону й займаємо ціле “купе”. Машиніст оголошує: “До Львова!”. Телефонуюмо татові, що ми сіли. Він прибігає, і ми прощаємося через скло. Ридаємо. І ось вагон набитий. Люди стоять. Багато людей не стримує сліз. Більшість чоловіків залишаються на платформах. Ми починаємо повільно повзти вперед. За вікном Дніпро. У серці біль.

Київ. Улюблений Київ.

Єдиною його втіхою були молочні кукурудзяні палички.

Він йшов з АТБ, трохи зігнувшись під вагою двох лотків яєць у сумці та рюкзака на другому плечі. Усе, що від нього залишилося – це гострий козирок, зморщене гармошкою чоло й очі, що втратили колір життя. Він майже, як засушений жук у колекції ентомолога.

Витягнутий ніс із горбинкою сперся на сиві вуса, що переходять у бороду, яка схилилася над полицею зі снеками в ряді солодоців.

Пильний погляд на цінники змусив лоб ще сильніше зморщитися.

Молочні палички коштують 11 грн, а звичайні – 9 (на них зараз акція).

Він взяв звичайні.

- Тату, ну ти ж хотів молочні!

- Ці теж нормальні, зате дешевше.

- Але ти ж любиш МОЛОЧНІ! ... То візьми їх, ти ж спеціально за ними зайшов до АТБ! Я їх тобі куплю.

Серце стиснулося в клубок від болю і туги. Рівень його нелюбові до себе зашкалює навіть у таких дрібницях.

Як часто ми погоджуємось на менше і зраджуємо свої істинні бажання, щоб заощадити якісь умовні 2 грн!

Каву запити чаєм

Сто станів на мить одну.

Я є і мене немає.

Кудись за вітром іду.

Як хвиля ковзає морем.

Вени розгойдує сум.

Із гнівом, жахом і болем.

Над рідним небом – гул.

Між чужим небом і полем –

Тиша. Дзвінок у зооп.

- Як ви? – Живі. Все добре.

Відміна тривоги. Сум.

Із післявоєнної переписки.

У мене все добре, за решту говорити не хочу, тому говорю за себе. Звикла до англійської. Мілана розповідала, що мозок вибухає в перші дні, у мене якось такого не було, не знаю чому, але усе схоплюється. В суботу їдемо всією «сім'єю», з якою живемо у будиночок біля океану. Додому звичайно дуже хочеться, але переконую себе, що це лише подорож.

З моменту «початку» багато чого переоцінила, переглянула, Perezрозуміла. Ставлення змінилося. Тут люди всі дуже допомагають. Вони добрі, але зв'язку поки не відчуваю з ними, жодної емоційної хвилі, а мені без цього тяжко. Сварюся з Міланою періодично. Це стабільно, як завжди. Люба ріже собі руки, але це й до війни було. Дурна. Її руки виглядають гірше за мої, від цього ніби й легшає, що я не зовсім кончена, а ніби й херово – не змогла я її вберегти від лайна в голові. Але й допомогти не зможу, доки сама не захоче.

Усередині порожнеча, і коли я починаю питати в неї, звідки вона і про що, чую лише відлуння своїх слів. Те, що я бачу, не відповідає відчуттям. Це, знаєш, як смажити яєчню 10 хвилин, чути шиплячу олію, відчувати, як вона бризкає й обпікає твою шкіру, чути запах готової яєшні, бачиш пару над пательнею, а потім перекинути її вміст на тарілку і побачити, що яйце повністю сире, хоча щойно було навіть підгоріле. У мене суцільний дисонанс. Я наче зараз маю все, про що мріяла, але не маю дому. А як виявилось, це найцінніше.

Головне, що я зрозуміла з початку війни, мені ніхто нічого не винен. Я знала про це, але з війною якось яскравіше усвідомила. Що більше ні на що розраховувати не можу, що це вже фантастика. Навіть від себе не можу нічого очікувати.

Що цікаве помітила тут: так багато синтетики, майже весь одяг – синтетика, постіль! Це дуже дивно, але начебто звикла. Щодня моя шкіра вбирає тонни крему від засмаги, начебто поки що не згоріла й алергія на португальське палке сонце не з'явилася. Їжа тут не дуже. Мало смачних місць, домашня – теж ніяка. Великий басейн надворі і недалеко річка: є все, що мені потрібно. Коли на 2-й тиждень дізналася про річку, зрозуміла – ну все, це ідеально! Хоча, звичайно, ідеально тільки вдома. Але, тут теж непогано у сучасних реаліях.

Тато сумує за нами. Плаче. Сумує за бабусею. Забуває що вона померла... Важко від цього всього... Теоретично, він може приїхати, його сюди приймуть, однак ми боїмося, щоб він йшов у військкомат. Говорять, що зараз беруть усіх. А йому 58, немає вказівного пальця на правій руці, хворий, кульгавий, напівживий. Але ми все одно боїмося.

Зі смішного, я вчора врізалася лобом у двері. Вони були прозорі й скляні. І як сказала Ініш – добре помиті. Я виходила з їхньої крамниці квітів та «бах»! Потім упала від сміху на підлогу. Ініш переживала, чи все зі мною гаразд. Вона ще не знає, що голова у мене броньована.

Ми живемо під дахом. Влітку тут буде пекло. Але тішить, що дах не їде. На столі у моїй кімнаті лежить яблуко. Мені його дали після тесту на ковід в аеропорті, коли ми прилетіли евакуаційним рейсом. Лежить уже 3 тижні. Я спостерігаю. Поки що слідів гнилі не виявлено. Булочка звідти виявилася менш стійкою і на другий тиждень покрилася пліснявою. Тут, де я живу, якщо пройтися до лісу, пахне Кримом. Справжнім. У такому помилитись я не зможу. Яскравий, п'янкий запах, який ні з чим не сплутаєш. Коли я проходжу в таких місцях, згадую, що незабаром Крим буде знову наш.

Я пішла у відрив і сходила на шалену вечірку. Випила 5 шотів текіли та,

трясця, відірвалася, як могла. Це суттєво допомогло випустити емоції, що сиділи всередині мене.

На цьому моменті я згадала, що пишу не щоденник, а відповідь тобі на "як ти?" й подумала, що втомишся ти читати цей маразм. Так що, мабуть, закінчу цю главу. Додам лише, – будучи на твоєму місці, поїхала б все ж таки додому, хоч на якийсь час.

Відчуття дому.

Головне, що я зрозуміла за час війни: найдорожче і найцінніше на світі – відчуття дому.

Місяцями я почувала себе чужою, непотрібною, незрозумілою. Відчувала, що від мене чогось очікують і розчаровуються. Відчувала, що на мене зляться і мене не люблять.

Звичайно, це все не було перманентно, але «вдома» я не почувалася. Тільки «не у своїй тарілці».

Через 5 місяців війни я опинилася в Німеччині, у випадковому будинку, де мені дали переночувати. І там я відчула тепло людей. Щире. Безумовне. Просто тому, що я є. І я заплакала. Я плакала і не могла зупинитися. Потім поділилася своїми почуттями з господинею і знову плакала. Мені було добре. Мене прийняли і любили. Просто тому, що я є. Про мене дбали, зі мною говорили, ділилися своїми почуттями та переживаннями. Не тому, що «так треба», а тому, що хотіли. Людям було цікаво, їм було цінно провести час зі мною. Навіть всього 2 доби.

Коли я їхала в Україну після 4 місяців у Європі, я думала, що відчую знову ту безпечність, яку відчувала там до війни. Те солодке і безтурботне почуття «вдома»..., але я його не відчула. Спершу я не зрозуміла чому, я була засмучена. А потім усвідомила, що цього відчуття більше немає. Воно трансформувалося.

Зараз це почуття не таке яскраве і тепле, як було. Але воно є. Невелике та компактне. Тепер воно завжди зі мною. Моє «перекатиполе». Де б я не була – я вдома. Бо я з собою. А я – мій дім.

Я всюди вожу з собою частинки дому: улюблений одяг, чайні піали, пало санто, блокнотик, теплі карпатські шкарпетки, трав'яний чай, блискітки, фотографії ... Вони допомагають підтримувати атмосферу затишку, де б я не

була. Але головний дім – це я. Я є. Я вміщаю так багато. Так багато, що можу подарувати собі почуття вдома. А це і справді найцінніше у цьому світі.

Сьогодні знову наснилося, що ти померла. Тато подзвонив і звинувачуючи сказав, що ти застудилася, доки чекала на мене десь на вулиці. Сказав, що тебе не впізнати. І я чомусь починаю розбиратися саме з цією частиною, мовляв, як так вийшло, що ти замерзла, а не коли похорон.

Нам у такі моменти здається, що якщо розібратися в деталях минулого – полагодимо і гіркий результат.

Насправді ти іноді мені пишеш: «втечемо?»

Ти стала такою маленькою. Скромною. Тихою. Іноді мені здається, що історія Бенджаміна Баттона про тебе, а іноді про всіх нас. У юності ми сильніші й безстрашніші, до старості назад перетворюємося на дітей – про нас потрібно дбати, говорити розбірливо і вигадувати заздалегідь, де комфортно заночувати.

Тепер якщо їхати – то тільки везти на машині. У мене немає прав. Я залишила чоловікам дві речі: відкривати шампанське та керувати автомобілем. Здається, настав час змиритися і взятися за кермо самій. Тоді я відвезу тебе туди, де найкрасивіші заходи сонця. Ловитимемо мідії і співатимемо пісні біля багаття. Ти їх стільки знаєш. Всі ті, що мають померти з твоїм поколінням. Тексти тоді були ніжнішими. У них зберіглася якась невинність і наївність, що, у принципі, одне й те саме.

Тепер від неї й
слід простиг.
Слід простиг, а ти
не застудись.
І не стій не вітру.