

СЕКЦІЯ 8. ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ, ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ (AR) І ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ (VR), МЕДІАГРАМОТНІСТЬ, ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ

Дар'я Вермеяш

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

ОСОБЛИВОСТІ ОСВОЄННЯ НОВИХ ВИМІРІВ СУЧАСНОГО МЕДІАПРОСТОРУ З ДОПОМОГОЮ ІМЕРСИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

У тезах розглядається імерсивна журналістика як сучасний підхід до освоєння нових вимірів медіапростору з використанням VR-, AR- та MR-технологій. Проаналізовано світові та вітчизняні практики застосування імерсивних форматів, визначено ключові переваги, перешкоди й етичні виклики цього напрямку.

Ключові слова: імерсивна журналістика, віртуальна реальність, доповнена реальність, медіапростір, мультимедійний сторітелінг, VR-технології, цифрова трансформація медіа.

Сучасний медіапростір зазнає стрімких трансформацій під впливом цифрових технологій. Одним із найбільш показових виявів цих змін є поява та розвиток імерсивної журналістики — підходу до поширення інформації, що прагне до максимального занурення аудиторії в подію. Технології віртуальної (VR), доповненої (AR) та змішаної реальності (MR) поступово переходять зі сфери розваг і комп'ютерних ігор до медіапростору, пропонуючи принципово нові способи взаємодії між журналістом та аудиторією.

Метою дослідження є аналіз особливостей нових методів освоєння вимірів інфопростору засобами імерсивної журналістики у світових та вітчизняних (українських) медіа.

Поняття «імерсивна журналістика» означає продукування новин у такий спосіб, коли аудиторія може відчувати ефект присутності на подіях чи ситуаціях, що описуються в повідомленнях [2]. Дослідники виокремлюють три ключові способи подання медіадійсності в рамках імерсивного підходу: VR — цілковито змодельована реальність; AR — реальне середовище з доданими віртуальними елементами; MR — поєднання обох підходів [3].

Шін Д. та Біокка Ф. (D. Shin та F. Biocca) визначили чотири головні чинники, що впливають на формування системи уподобань користувачів імерсивного контенту: задоволення від занурення залежно від

попереднього досвіду; позитивне підкріплення; емпатія та уособлення, що стимулюються VR/AR-технологіями; утилітарна цінність і доступність [10]. Ці чинники пояснюють, чому імерсивні матеріали здатні ефективніше формувати емоційний зв'язок між споживачем і темою, ніж традиційний контент.

Серед провідних світових практик особливо вирізняються проєкти Al Jazeera та «The New York Times». Al Jazeera реалізувало VR-проєкти «Hacked» та «Pirate Fishing»: близько 60 % аудиторії, яка пройшла гру «Pirate Fishing», стали новими користувачами сайту Al Jazeera [3]. «The New York Times» створило перший повнометражний VR-фільм про дітей-біженців із зон конфлікту та сформувало постійний розділ «Immersive». Важливою постаттю у становленні VR-журналістики є Нонні де ла Пенья, яка ще у 2008 році поєднала VR і документалістику у проєкті «Голод у Штатах» [2].

В Україні розвиток імерсивної журналістики демонструє позитивну динаміку, хоча й відстає від світових лідерів. Компанія «New Cave Media» створила 360°-панорами, опубліковані зокрема в «New York Times Daily 360°». Платформа «Ukrainer» реалізувала проєкт «Україна 360». Найбільш актуальним є проєкт «Війна впритул», побудований на 360°-панорамах, відеозаписах із дронів та 3D-моделюванні зруйнованих міст Ірпеня, Бучі та Бородянки — як інструмент документування воєнних злочинів для міжнародної аудиторії [3].

Разом із тим дослідники фіксують системні перешкоди: недостатність фінансування, необхідність формування нових технічних компетенцій, відсутність сталих підходів у редакціях. Для якісного імерсивного проєкту потрібна ціла команда — програміст, дизайнер, оператор і журналіст [3]. Тому імерсивні проєкти в Україні сприймаються радше як іміджеві, ніж як систематичний спосіб подачі інформації.

Окремим викликом залишається етична складова: необхідність балансу між емоційним ефектом занурення та об'єктивністю подачі інформації. Том Кент, професор Колумбійської школи журналістики, наголошує на потребі вироблення етичного кодексу VR-журналістики [3].

Отже, імерсивна журналістика є одним із ключових напрямів освоєння нових вимірів медіапростору в умовах цифрової трансформації медіаіндустрії. Попри технічні, фінансові та етичні виклики, цей напрям має значний потенціал — як для провідних світових медіа, так і для українських редакцій. Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою типологічних моделей імерсивної журналістики та відповідного етичного кодексу.

Список використаних джерел

1. Балук Н., Басій Н., Бук Л., Вовчанська О. VR/AR-технології – новий контент нових медіа. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. Вип. 49. С. 196–206.
2. Віртуально-документальна реальність. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/6892/2012-06-22-virtualno-dokumentalna-realnist/>
3. Василик Л. Кросмедійність : навч. посібник. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2025. 187 с.
4. Каленич В. Імерсивні технології журналістики в українському та світовому медіапросторі. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2024. Вип. 54–55. С. 212–221.
5. Кирилова О. В. Імерсивна журналістика: досвід світових новинних ресурсів. Вісник Дніпропетровського університету. Соціальні комунікації. 2017. № 17. С. 51–57.
6. Кирилова О. Імерсивна журналістика: чинники ефективного функціонування. Communications and communicative technologies. Вип. 19. С. 48–55.
7. Редактор Associated Press: віртуальна реальність може стати інструментом для журналістів. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/14315/>
8. Сєдих А. Розповідати імерсивні історії. URL: <https://medialab.online/news/211steps/>
9. Як віртуальна реальність вплине на журналістику – дослідження Associated Press. URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/19989/>
10. Shin D., Biocca F. Exploring immersive experience in journalism. New Media & Society. 2018. Vol. 20(8). Pp. 2800–2823. DOI:10.1177/1461444817733133

Науковий керівник: Слотюк П. В., кандидат історичних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю.