

**ПРИВАТНЕ АКЦОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

Навчально-науковий інститут міжнародних відносин і соціальних наук

Кафедра журналістики

КУРСОВА РОБОТА

З дисципліни «ТЕОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ»

на тему «Віртуальний світ як інновація в журналістиці (на прикладі конкретних журналістських матеріалів)»

Виконав студент (ка) групи:

С-8-23-Б1Жр(4.0з)

Освітньої програми

Мазур Карина Максимівна

Керівник: Бойко Світлана Станіславівна

Київ 2025

Зміст

Вступ.....	2
Розділ 1.Теоретичні основи використання інноваційних технологій в журналістиці.....	4
1.1 Поняття та зміст віртуального світу.....	4
1.2 Поняття та зміст «імерсивноа журналістика» як форми віртуального світу.....	6
Висновки до розділу 1.....	10
Розділ 2. Перспективи та актуальність застосування інноваційних технологій в журналістиці.....	11
2.1 Аналіз застосування інноваційних технологій на прикладі журналістських матеріалів.....	11
2.2 Специфіка підготовки інформаційного матеріалу з використанням технологій імерсивної журналістики.....	15
Висновки до розділу 2.....	18
Висновки.....	19
Список використаних джерел.....	21
Додатки.....	24

ВСТУП

Актуальність дослідження. Використання в журналістиці інноваційних технологій, зокрема віртуальних середовищ і систем на основі штучного інтелекту, суттєво трансформує сучасний медіапростір. Ці технології пропонують нові методи та прийоми створення і подання контенту. Такі зміни збільшують можливості спілкування та взаємодії між медіа та аудиторією, дозволяючи засобам масової інформації підлаштовуватися до попиту споживачів, підвищувати інтерактивний та персоналізаційний рівень. Водночас вони породжують і нові виклики.

Застосування штучного інтелекту для генерації новинного та аналітичного контенту дає змогу значно прискорити роботу журналістів і підвищити точність обробки даних. Проте це актуалізує питання етичності таких підходів, а також достовірності та об'єктивності отриманої інформації. Подавання новин під впливом технологій віртуального середовища здатне посилювати емоційний ефект і створювати відчуття присутності, але водночас може відкривати можливості для маніпуляцій емоціями та сприйняттям дійсності.

Дослідження значення інноваційних технологій для медіапростору є необхідним, адже дає змогу виявити потенційні ризики та сформулювати рекомендації щодо їх етичного застосування. Проведений аналіз сприяє більш усвідомленому використанню сучасних технологій і формуванню відповідального медіасередовища.

Мета дослідження – проаналізувати вплив інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту та віртуальної реальності, на розвиток медіаіндустрії та трансформацію комунікаційних процесів у ЗМІ.

Мета роботи передбачає виконання таких **завдань**:

- проаналізувати теоретичні основи використання сучасних технологій у журналістській діяльності ; визначити зміст понять «імерсивна журналістика» і «віртуальний світ».
- Дослідити перспективи та актуальність застосування інноваційних технологій у журналістській діяльності.
- Здійснити аналіз прикладів використання цих технологій у журналістських матеріалах.

Об'єкт дослідження – журналістські матеріали, створені із застосуванням інноваційних технологій.

Предмет дослідження – принципи, методи й інструменти використання імерсивної журналістики та технологій віртуального середовища в сучасних засобах масової інформації.

Теоретико-методологічна основа дослідження включає праці, присвячені природі штучного інтелекту та імерсивних технологій (О. Піжук, А. Тьюрінг, А. Марченко), а також дослідження методів застосування штучного інтелекту та імерсивної журналістики (О. Грозна, К. Бігун, Б. Уїтмер, Н. де ла Пен'я).

Методи дослідження: аналіз літератури, контент-аналіз, кейс-стаді, опитування аудиторії, що забезпечують комплексний підхід до оцінки впливу інноваційних технологій у медіа.

Теоретична та практична цінність цього дослідження полягає в поглибленні розуміння того, як інноваційні технології впливають на сучасний медіапростір, а також у виробленні нових підходів до аналізу медіа в умовах швидкого розвитку імерсивної журналістики, віртуальної й доповненої реальності.

Структура магістерської роботи. Структура роботи, зумовлена логікою та об'ємом викладу матеріалу, складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та двох додатків. Загальний обсяг курсової роботи становить 20 сторінок. Список використаної літератури містить 25 джерел.

1. Теоретичні основи використання інноваційних технологій в журналістиці

1.1 Поняття та зміст віртуального світу

В. Климнюк трактує віртуальну реальність (VR) як сучасну технологію, що дає змогу користувачеві повністю зануритися у штучно створене тривимірне середовище. Це забезпечується завдяки 3D-дисплеям, розташованим близько до очей, та сенсорам, які фіксують положення і рухи тіла. Поєднання цих технологій створює ефект реальної присутності у цифровому просторі, дозволяючи взаємодіяти з об'єктами й елементами середовища так само, як у фізичному світі. Саме повна імітація реального досвіду вирізняє VR серед інших форм цифрової візуалізації та робить її цінним інструментом для сфер, що потребують максимального занурення [20].

На думку І. Жабкорицького, віртуальна реальність є елементом ширшого континууму “реальність – віртуальність”, до якого також входять технології доповненої реальності (AR) та доповненої віртуальності (AV). На відміну від AR, що накладає цифрові компоненти на реальне оточення, VR повністю занурює користувача у створений штучний простір, фактично ізолюючи його від фізичної реальності. Завдяки цьому VR відкриває широкі можливості для створення інтерактивних вражень і може активно застосовуватися в науковій, освітній та розв У дослідженні «Технологія доповненої реальності: методи реалізації та перспективи розвитку» Ю. Суліма виділяє два ключові способи використання VR-технологій. Перший базується на принципі симуляції, який дає змогу максимально точно відтворювати певний досвід, моделюючи взаємодію користувача з віртуальним середовищем. Наприклад, тренажери для водіїв

створюють ефект реального керування автомобілем: система фіксує дії людини та відповідно «поводить» себе, як справжній транспортний засіб. Такі технології поєднують візуальні, звукові й тактильні сигнали, забезпечуючи глибоке занурення. Завдяки цьому вони використовуються не лише в індустрії розваг, а й у професійному навчанні, де важлива висока точність моделювання ситуацій.

Другий підхід передбачає поєднання реальних відеозображень із віртуальними аватарами, що дозволяє людині «увійти» у цифровий простір — як через відеопотік, так і у вигляді створеного віртуального образу. Це відкриває нові формати соціальної взаємодії, зокрема у сфері дистанційної освіти чи професійних комунікацій. а жальній галузях [17].

Такий спосіб значно розширює потенціал віртуального спілкування, створюючи багатокористувацькі середовища, де кожен учасник має можливість зручний формат присутності залежно від технічних можливостей системи [25].

С. Литвинова зазначає, що ключовим елементом VR-технологій є розподілене тривимірне середовище, яке дозволяє користувачам взаємодіяти як за допомогою аватарів, так і через реальні відеозображення. Це робить подібні системи універсальними та придатними для різних сфер застосування, особливо в освіті й професійній діяльності, де віртуальна присутність стає дедалі важливішою. Можливість персоналізувати налаштування підвищує результативність взаємодії як між учасниками, так і з самим цифровим простором.

А. Поліщенко підкреслює, що важливим напрямом є технологія доповненої реальності (AR), яка поєднує елементи реального простору з цифровими даними. AR дає змогу інтегрувати віртуальні об'єкти в навколишній світ за допомогою смарт-окулярів, мобільних пристроїв чи спеціальних гарнітур. Така технологія дозволяє отримувати додаткову інформацію в режимі реального часу та знаходить практичне застосування в багатьох сферах, зокрема журналістиці. У межах журналістської діяльності AR може використовуватися для створення інтерактивних новин чи історій: користувач бачить цифрові елементи, пов'язані

з певними місцями або об'єктами, що підвищує рівень залучення та сприяє кращому розумінню подій.[24].

М. Павлюх зазначає, що кіберпростір можна розглядати як окремий різновид VR, який забезпечує можливість дистанційного об'єднання користувачів у спільному віртуальному середовищі. Тут люди можуть взаємодіяти в реальному часі, створюючи нові форми співпраці. У сфері журналістики кіберпростір здатен стати платформою для колективної роботи журналістів, редакторів та аналітиків над матеріалами або для організації інтерв'ю

Ще однією концепцією є симульована реальність — гіпотетичний різновид VR, який передбачає створення віртуального світу з настільки високим рівнем деталізації, що він дорівнює або навіть перевершує фізичну реальність. У такому середовищі користувач може занурюватися настільки глибоко, що сприйматиме його як цілком реальний [23].

У 2000-х роках зацікавлення VR дещо зменшилося, однак базові дослідження та розробки продовжувалися. Як зазначає Ф. Лардінаус, у 2007 році Google запустив сервіс Street View, який дав змогу переглядати панорамні види місцевостей по всьому світу. У 2010 році було додано стереоскопічний 3D-режим, який став важливою віхою в розвитку інтерактивних цифрових середовищ. Ці нововведення суттєво вплинули на формування сучасних VR-технологій.

Сучасний етап становлення індустрії віртуальної реальності розпочався у 2012 році, коли апаратні засоби досягли достатнього рівня якості та стали більш доступними, а також з'явилися відповідні програмні інструменти для створення VR-продуктів.

Отже, віртуальний світ постає як технологічно створене середовище, у якому користувач може повністю або частково занурюватися, взаємодіючи з об'єктами так само природно, як у фізичній реальності. Головною його особливістю є ефект присутності, що досягається завдяки поєднанню стереоскопічних дисплеїв, сенсорних систем та відстеження рухів. Розглянуті підходи свідчать, що VR є частиною ширшої екосистеми, яка включає доповнену, змішану та симульовану

реальність. Кожна з них розширює можливості взаємодії та пропонує різний рівень занурення.

Технології VR застосовують як для точного моделювання реального досвіду, так і для створення нових форматів спілкування. Вони дають змогу формувати багатокористувацькі середовища, підтримувати дистанційну співпрацю і створювати високодеталізовані простори, що інколи перевершують фізичні.

Таким чином, віртуальний світ перетворюється на важливий інструмент освіти, комунікації та медіавиробництва, а його розвиток визначає подальший напрям інновацій у цифровому середовищі.

1.2 Поняття та зміст «імерсивна журналістика» як форми віртуального світу

Технологічний прогрес спричинив формування інформаційного суспільства, яке через свій динамічний розвиток потребує впровадження новітніх підходів для задоволення зростаючих потреб. Застосування імерсивних технологій у журналістиці трансформувало звичні способи комунікації медіа з аудиторією. Це вплинуло і на процес створення матеріалів, і на методи їхнього поширення. Формат занурення дає змогу не лише переглядати контент, а й певною мірою взаємодіяти з ним, роблячи сприйняття інформації значно активнішим та емоційнішим.

Термін «імерсивний» походить від англійського «immersive», що перекладається як «той, що занурює». У роботі «Комунікація в епоху віртуальної реальності» (1995) Ф. Біюкка та М. Леві вперше запропонували використовувати це поняття [2].

Дослідники пояснюють, що воно відображає ступінь впливу створеного комп'ютером віртуального середовища на органи чуття користувача, активуючи їхні реакції. На їхню думку, «що сильніше система охоплює сенсорні відчуття та ізолює людину від зовнішніх стимулів реального світу, то більш імерсивною вона є» [2, с.57]. Т. Ускалі, А. Гіннілд, С. Джонс та Е. Сірккунен, автори книги «Імерсивна журналістика як розповідь», трактують поняття «імерсивна

журналістика” як застосування технологій занурення - зокрема 360-градусного відео, віртуальної, доповненої, кінематографічної та змішаної реальності - у створенні журналістських матеріалів [6, с. 2].

Ми поділяємо це визначення, проте вважаємо за необхідне уточнити, що імерсивний контент охоплює не лише відео, а й фотографії у форматі 360°.

У статті «Розширена реальність як новітній інструмент журналістики: від витоків до сучасності» А. Полісученко наголошує, що віртуальна, доповнена та змішана реальність об’єднуються поняттям розширеної реальності (XR) [24].

Віртуальна реальність (VR) - це штучно створений за допомогою комп’ютерних технологій простір, який моделює реальність. Для взаємодії з таким контентом користувачеві потрібні спеціальні пристрої.

Доповнена реальність (AR) — це формат, у якому реальний простір поєднується з віртуальними об’єктами. Вона «доповнює фізичний світ цифровою інформацією в режимі реального часу за допомогою спеціальних програм і пристроїв — смартфонів, планшетів тощо» [24, с.75].

Змішана реальність (MR) передбачає накладання цифрових об’єктів на реальне середовище таким чином, щоб користувач міг взаємодіяти з ними. У статті «Технології віртуальної реальності в інноваційних комунікаціях: теоретичний аспект» С. Грибанова подає перелік обладнання, необхідного для перегляду VR-контенту [16].

Рівень взаємодії користувача з віртуальним середовищем залежить від типу застосованого обладнання. Найпростішим способом є використання програмних і технічних засобів, що формують 3D-зображення на екрані монітора [16, с. 158]. Хоча в цьому випадку користувач не може повністю «зануритися» у віртуальний контент, він все ж отримує можливість взаємодіяти зі змодельованим середовищем: змінювати налаштування відповідно до власних потреб, впливати на хід сюжету або розташування об’єктів.

На нашу думку, подібна взаємодія є цінним та захопливим досвідом для аудиторії. Можливість керувати 3D-контентом підсилює інтерес, сприяє активному дослідженню віртуального простору і створює виражений ефект

занурення. До засобів технічного забезпечення належать, зокрема, спеціальні шоломи, у яких формується зображення, що передається безпосередньо на сітківку ока користувача. Такі пристрої часто доповнюються різними елементами — кріслами, штурвалами, джойстиками, - що дають змогу керувати процесами у віртуальному середовищі [16, с. 158].

Ще одним видом обладнання є VR-окуляри. І шоломи, і окуляри поділяються на стаціонарні, які потребують підключення до комп'ютера, та мобільні — ті, що працюють зі смартфонами [16, с. 158].

Крім того, існують сенсори, які закріплюються на різних частинах тіла користувача, щоб відстежувати їх положення у просторі. Також використовуються системи трекінгу, що фіксують рухи людини та у режимі реального часу переносять її жести у цифрове середовище.

Для того щоб забезпечити більш природну взаємодію у VR, традиційні 2D-контролери (миші, джойстики тощо) замінюють об'ємні маніпулятори 3D-контролери, які дозволяють працювати в тривимірному просторі»[16, с.158].

Також використовують VR-окуляри. І шоломи, і окуляри можуть бути двох типів: стаціонарні, які потребують підключення до комп'ютера, та мобільні, що працюють на базі смартфонів[16, с.158].

Крім того, існують датчики, які надягають на різні частини тіла, щоб відстежувати їхнє положення у просторі. Окремо застосовують системи трекінгу, що фіксують рухи й переводять жести користувача у цифровий формат у режимі реального часу.

Для комфортного перебування у віртуальному середовищі традиційні 2D-засоби керування -мишки, джойстики та інші — замінили об'ємними маніпуляторами, тобто 3D-контролерами, які дають змогу взаємодіяти з об'єктами у тривимірному просторі[16, с.158].

Сучасні смартфони стали повноцінною альтернативою комп'ютерам, які раніше використовували для демонстрації 3D-контенту. Вони здатні відтворювати матеріали високої якості та мають вбудовані засоби орієнтації у просторі.

Американська журналістка Нонні де ла Пенья стала першою, хто запровадив VR-технології у сферу журналістики. У 2007 році вона разом із художницею Пеггі Вейл презентувала проєкт «Gone Gitmo» на платформі Second Life, що стало початком нового етапу інновацій у медіависвітленні [3].

Дослідниця О. Кирилова у статті «Імерсивна журналістика: від витоків до сучасних трансформацій» підкреслює, що використання VR у журналістських матеріалах має низку особливих характеристик [19]. Саме тому багато світових медіа обирають відео у форматі 360° — панорамне, сферичне або 3D-відео, яке забезпечує круговий огляд 360° x 180° та може містити різний рівень інтерактивності [19, с.73]. З погляду виробництва й поширення такий тип контенту є більш гнучким і має менше технічних обмежень.

Особливість імерсивної журналістики полягає в її документальності: основою таких матеріалів є реальні факти, історії конкретних людей та об'єктивний аналіз подій або явищ.

Імерсивні матеріали створюють ефект присутності, коли у глядача виникає враження, що він перебуває в самому центрі подій. Саме завдяки цьому відбувається глибоке занурення [2]. Його результатом є краще розуміння реципієнтом змісту та контексту матеріалу. Крім того, ефект занурення посилює емпатію, адже формується своєрідний емоційний зв'язок між респондентами та героями журналістських матеріалів.

Імерсивна журналістика активно досліджується в різних країнах світу, і ці напрацювання мають велике значення для подальшого розвитку інноваційних медійних практик.

У статті «Повний огляд: Як люди реагують на 360-градусне відео» П. Веттехен, Д. Вільтінк, М. Гюіскамп, Г. Шаап і П. Кетелаар розглядають відео у форматі 360° не лише як різновид імерсивного контенту, а й як доповнення до традиційного 2D-відео [7]. Дослідники підкреслюють значення ефекту присутності, який зумовлює інші характерні форми впливу такого контенту на аудиторію.

У праці «Бути в центрі історії: Як журналістика занурення впливає на наше сприйняття й пізнання» С. Сундар, Д. Кан і Д. Опран аналізують, як саме VR, відео 360° та текстовий формат по-різному впливають на респондентів[5].

В українській науковій спільноті простежується зростання інтересу до дослідження імерсивної журналістики. Над цим активно працюють такі науковці, як О. Кирилова, А. Полісученко та А. Галич.

У статті «Імерсивна журналістика: від витоків до сучасних трансформацій» О. Кирилова аналізує особливості комунікації медіакомпаній зі своєю аудиторією[19]. Спираючись на позиції інших дослідників, авторка розглядає специфіку передачі імерсивного контенту від медіавиробника до його споживача.

У статті «Імерсивна журналістика як акт протидії війні проти України» А. Галич здійснює огляд імерсивних матеріалів про війну, створених у форматах 360° та VR. Науковець наголошує, що технології розширеної реальності сьогодні застосовують для розробки інструментів, які можуть бути корисними як для військових, так і для цивільного населення.

Отже, імерсивна журналістика формується як новий формат медіакомунікації, що поєднує технології занурення з документальними принципами подачі контенту. Її основу становлять VR, AR, MR та XR, які дають змогу створювати інтерактивні середовища й відтворювати події з високим рівнем присутності. Важливою рисою є здатність цих технологій впливати на сенсорні відчуття користувача, що посилює емоційне сприйняття й залучення.

Застосування 360-градусного відео та сферичної фотографії розширює можливості документальної передачі інформації, дозволяючи глядачу перебувати «в центрі подій» і створюючи глибший зв'язок з героями матеріалу. Імерсивні формати підсилюють емпатію й допомагають краще зрозуміти контекст ситуацій, що робить їх цінним інструментом у роботі медіа.

Активні дослідження та перші успішні практики доводять, що імерсивна журналістика має значний потенціал розвитку і вже впливає на трансформацію традиційних підходів до створення новин та репортажів.

Висновки до розділу 1

У першому розділі проаналізовано теоретичні основи формування віртуального світу та передумови появи іммерсивної журналістики. Представлені підходи різних дослідників дають змогу зрозуміти, як технології VR, AR, MR та XR поступово трансформувалися зі складних експериментальних інструментів у доступні та ефективні засоби комунікації. Розгляд розвитку віртуальної реальності показує, що ключовими чинниками її поширення стали технічний прогрес, здешевлення обладнання та можливість відтворювати досвід із високим рівнем деталізації.

Аналіз наукових джерел свідчить, що віртуальний світ охоплює різні форми занурення — від часткового доповнення фізичного простору цифровими елементами до повної ізоляції користувача у створеному середовищі. Технології VR працюють через складні комплекси сенсорів, трекерів, дисплеїв та інтерактивних контролерів, що разом створюють ефект присутності і дозволяють відтворювати реальні або змодельовані події. Їхня гнучкість забезпечила використання в освіті, професійній підготовці, науці та медіа.

У межах журналістики ці інструменти стали підґрунтям для формування іммерсивного підходу. Поняття «іммерсивна журналістика» охоплює використання 360-градусних відео, VR-середовищ, доповненої та змішаної реальності для створення матеріалів, які не лише інформують, а й дозволяють глядачеві опинитися в центрі подій. Іммерсивний контент базується на документальності, реальних фактах та історіях людей, що підсилює емоційну взаємодію, емпатію та рівень залучення аудиторії.

2. Перспективи та актуальність застосування інноваційних технологій в журналістиці

2.1 Аналіз застосування інноваційних технологій на прикладі журналістських матеріалів

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення провела дослідження щодо використання штучного інтелекту в українських медіа. Моніторинг охопив період із червня по липень 2025 року, а в опитуванні взяли участь 343 респонденти з 20 областей. За результатами дослідження, 42% медіакомпаній в Україні вже активно застосовують інструменти штучного інтелекту у своїй роботі. Цей показник близький до середнього світового рівня інтеграції ШІ в різні сфери економіки, який становить приблизно 47%. При цьому 50% опитаних поки що не використовують такі технології, а ще 8% не змогли однозначно відповісти. Як зазначають автори дослідження, така невизначеність часто пов'язана не зі спротивом новим інструментам, а з недостатнім розумінням їхніх можливостей та способів безпечного застосування [Додаток А].

Серед найпоширеніших функцій ШІ, які використовують українські медіа, відзначають: текстове редагування (25%), перетворення відео в текст і навпаки (24%), переклад із розпізнаванням мовлення (22%), а також генерацію журналістських матеріалів (29%) [Додаток Б].

Для порівняння звернемося до зарубіжного досвіду. Американське видання Connecticut Mirror (CT Mirror) зіткнулося з нестачею ресурсів для повного висвітлення важливих подій у штаті Коннектикут. Значна частина їхніх новин стосується місцевої політики та роботи органів влади, а основа діяльності редакції — аналіз великих масивів даних і звітів, що потребує ретельного опрацювання. Саме тому в медіа вирішили впровадити технології штучного інтелекту й створити окрему інноваційну позицію.

Нині у CT Mirror працює репортерка з даних і розробниця ШІ-рішень Анджела Айкхорст (Angela Eichhorst), про що повідомляє видання Poynter. Її основні завдання — за допомогою великих мовних моделей (LLM) аналізувати законодавчі документи, архівні матеріали, стежити за рухом законопроектів і транскрибувати засідання органів влади, щоб знаходити теми для публікацій.

Ще до приходу Анджели Айкхорст до редакції керівний редактор СТ Mirror Стивен Б'юзмаєр самостійно проводив експерименти з використанням ШІ-технологій, закладаючи основу для подальшої інтеграції інновацій у роботу видання. Він розробив чотири інструменти, навчені на різних наборах даних про владу в Коннектикуті: про законодавство штату, довідкову інформацію щодо роботи уряду, результати голосувань кожного члена генеральної асамблеї для виявлення закономірностей у їхніх рішеннях, а також дані про джерела, якими місцеві політики користуються під час підготовки законопроектів. Оскільки місцеві медіа не мають достатніх ресурсів для проведення таких масштабних досліджень, СТ Mirror завдяки використанню ШІ може створювати унікальні й важливі для суспільства матеріали та вирізнятися серед інших редакцій..

Стивен Б'юзмаєр підтримує ідею створення продукту, подібного до Ask The Post AI — чат-бота The Washington Post, який формує відповіді на основі архіву матеріалів видання. Він також прагне розробити схожий інструмент для СТ Mirror. Водночас у редакції обов'язково перевіряють і редагують результати роботи ШІ. Б'юзмаєр жартома називає його "інтерном, що перепив кави", підкреслюючи, що система може помилитися у будь-якій дрібниці, тому людська перевірка є обов'язковою.

Нині команда, зокрема, працює над інструментом для відеоскрапінгу — автоматичного збору та впорядкування даних із публічно доступних відео онлайн. Це має розширити аналітичні можливості редакції. Їхнє головне завдання - підвищити якість матеріалів, а штучний інтелект є способом зробити цей процес швидшим і кориснішим для читача.

Подібним чином медіа використовують ШІ й для аналізу користувацької залученості - того, як унікальні чи глибокі матеріали спонукають аудиторію повертатися по новий контент.

У Financial Times (FT) активно експериментують з інноваційними рішеннями. Часто ці ініціативи не потребують великих ресурсів, а навпаки — спрямовані на оптимізацію певних процесів малими засобами. Старша продакт-менеджерка

Bella Cockarill у блозі відділу продуктів та технологій FT розповіла, як там вирішили покращити взаємодію читачів у розділі коментарів.

Оскільки коментарі суттєво впливають на рівень залученості та формування лояльної аудиторії, FT прагнули зробити цю секцію помітнішою й мотивувати читачів доходити до неї. Для цього, коли користувач дочитував приблизно дві третини матеріалу, на екрані з'являлося коротке запитання за темою статті. Воно мало стимулювати невелику, але змістовну рефлексію над прочитаним і таким чином заохотити залишити коментар. Ці запитання генерували за допомогою ШІ. Спочатку система через chain-of-thought промпт створювала стисле резюме статті, а потім - добірку потенційних питань для обговорення з уточненнями щодо потрібного тону, зрозумілості та відсутності аббревіатур. Перед публікацією кожне сформоване запитання обов'язково переглядали редактори, коригуючи за потреби. Таким чином, ШІ не здійснював автоматичної публікації, проте значно скорочував час, який журналісти витратили б на виконання цього завдання вручну.

В українському медіапросторі також є приклади використання формату 360° як основи журналістських матеріалів. Одним із найбільш показових став проєкт, у якому серія панорамних фото була використана для створення віртуальної екскурсії Чорнобилем. Такий матеріал Телевізійна служба новин представила до 30-ї річниці аварії на Чорнобильській АЕС.

ТСН.ua — інформаційний інтернет-проєкт Телевізійної служби новин, що входить до групи 1+1 media та є однією з найпопулярніших медіаплатформ України. На сайті публікують новини, аналітичні матеріали, мультимедійний контент, а також надають доступ до телеєфірів у записі. Редакція ТСН.ua активно впроваджує нові форми подання інформації, і одним із таких рішень стала віртуальна екскурсія «Місто-привид Прип'ять у 360°» [22].

Основою цього проєкту стали панорамні світлини фотокореспондента Getty Images Шона Геллапа. Редакція імпортувала їх у спеціальний панорамний програвач і доповнила текстовими поясненнями про історію кожної локації та

про Чорнобильську катастрофу загалом. Усього було створено панорами восьми локацій, деякі з яких включають серії фото, зокрема:

- ✓ колишнє кафе у Прип'яті (інтер'єр приміщення та іржавий автомат із водою біля входу);
- ✓ школа №3 — панорами демонструють класи із розкиданими протигазами та кілька навчальних приміщень, що збереглися у стані, наближеному до моменту евакуації;
- ✓ один із житлових кварталів Прип'яті — показані інтер'єри занедбаних квартир та загальний вигляд житлових масивів міста;
- ✓ міська лікарня — у проєкті відтворено аптеку, лікарняні палати та територію біля медичного закладу;
- ✓ дитячий садок — панорами передають атмосферу покинутого дошкільного закладу, з залишеними іграшками та навчальними матеріалами;
- ✓ палац культури — один із ключових центрів культурного життя Прип'яті до аварії;
- ✓ дитячий майданчик і парк атракціонів — символи міста-привида, які стали знаковими у світових репортажах про Чорнобиль;
- ✓ будинки у селищі Полісся — приклад покинутої житлової забудови в зоні відчуження, що доповнює загальну картину посткатастрофічного простору.

Кожну панорамну світлину у проєкті можна обертати та детально розглядати. Наприклад, на знімку з дитячого садочка одночасно видно ліжечка біля вікон і вхід до ігрової кімнати, розташованої навпроти. Попри суворий контроль та щоденні патрулі, Прип'ять і досі приваблює відвідувачів — зокрема сталкерів. За їхніми словами, у місті налічується приблизно десять порівняно зручних маршрутів. Вони пролягають під високовольтними лініями електропередач, вздовж залізниці, нічними трасами з мінімальним рухом або лісовими стежками [22].

Віртуальна екскурсія дає змогу побачити сучасний стан міста та прилеглих територій, оскільки авторський текст супроводжується відповідними фото.

Зокрема, зазначається, що «шви між панельними перекриттями у більшості дев'ятиповерхівок уже почали протікати, а п'ятиповерхові будинки давно зруйновані. Лише сім будівель, зведених більш якісно, ще залишаються відносно цілими» [22].

Отже, аналіз прикладів застосування інноваційних технологій у журналістиці показує, що штучний інтелект та іммерсивні формати вже стали важливими інструментами редакцій як в Україні, так і за кордоном. Дані Національної ради свідчать: значна частина українських медіа використовує ШІ для редагування текстів, обробки відео, перекладу та генерації матеріалів, однак помітною залишається й частка тих, хто не інтегрує ці технології через брак розуміння та навичок. Зарубіжні кейси СТ Mirror і Financial Times демонструють, що ШІ може не лише оптимізувати рутину, а й підсилювати аналітичну складову, дозволяючи невеликим редакціям працювати з великими масивами даних і розширювати взаємодію з аудиторією. Український приклад віртуальної екскурсії Прип'яттю у форматі 360° доводить ефективність іммерсивних підходів для відтворення історичних подій і формування ефекту присутності. У підсумку інноваційні технології створюють нові можливості для журналістики, але вимагають відповідального й усвідомленого використання.

2.2 Специфіка підготовки інформаційного матеріалу з використанням технологій іммерсивної журналістики.

Віртуальна реальність як візуальний інструмент комунікації стала новим етапом розвитку медіатехнологій та одним із найвиразніших проявів еволюції візуальних технік, що відбулася завдяки появі комп'ютерних технологій. Її впровадження суттєво змінило взаємодію людини з навколишнім світом і власною свідомістю, відкривши широкі можливості майже в усіх ключових сферах людської діяльності. Сучасні технології трансформували функціонування суспільства в цілому і сьогодні відіграють важливу роль у створенні інформаційних продуктів у межах іммерсивної журналістики.

Саме технології віртуальної реальності забезпечують необхідний ефект повного або часткового занурення в цифровий простір, що стає визначальним для сучасного користувача. Завдяки інтенсивному розвитку VR-технологій нині стає можливим ефективно реалізувати ключові завдання занурення, поставлені перед імерсивними форматами.

Аналізуючи інструментарій імерсивної журналістики, варто звернутися до праць дослідників цієї сфери. Незалежний консультант, IT-аудитор і технічний письменник Пол Кірван приділяє значну увагу феномену кімнати віртуальної реальності. Британський журналіст і популяризатор науки Кріс Вудфорд у своїх роботах також розглядає технології імерсивної взаємодії, зокрема описує такі рішення, як «імерсивні кімнати, HMD-дисплеї, різноманітні інтерактивні гарнітури — контролери зі зворотним зв'язком, VR-рукавиці» [8]

Основою технологічної інфраструктури імерсивної журналістики є віртуальна реальність, ефекти якої неможливо повністю передати традиційними візуальними або мовними засобами. Для детального моделювання простору, у який згодом занурюватиметься аудиторія, застосовують комп'ютерну графіку та фотограмметрію. Як зазначається у дослідженні, «середовище в журналістиці доповненої реальності створюється за допомогою графічних зображень у тривимірних онлайн-віртуальних світах» [24], що дає змогу максимально точно та реалістично відтворювати дійсність.

Окрім використання потужних графічних систем, для створення імерсивних сюжетів існує ще кілька важливих інструментів. Першим серед них є сферичні камери, здатні фіксувати зображення з оглядом у 360 градусів. Формат панорамного 360°-відео активно застосовують провідні західні медіа з великими ресурсами, такі як The New York Times, CNN та BBC. За допомогою камер кругового огляду журналісти знімають подію так, що у глядача виникає відчуття особистої присутності.

Фахівці Інституту масової інформації України підкреслюють переваги цього формату, зазначаючи: «Між віртуальною реальністю та зйомкою у 360° існує

важлива різниця: знімати панорамне відео значно простіше, ніж створювати повністю змодельовані події у VR» [16].

У деяких випадках для подачі цифрового контенту застосовують додаткові пристрої — спеціальні рукавички, трекери чи VR-дисплеї, що кріпляться на голову у вигляді окулярів або шоломів (HMD). Таке обладнання дозволяє забезпечити часткове занурення користувача, зокрема через спеціальні шоломи, де зображення проектується безпосередньо на сітківку, а також із використанням допоміжних елементів — крісел, штурвалів, джойстиків тощо.[16]

Не менш поширеним інструментом є рукавички віртуальної реальності — пристрої, що забезпечують взаємодію користувача з проєктованим середовищем за допомогою спеціальних технічних елементів. Їхня тактильна система включає сенсори, «м'язи» та розподільний блок. Як зазначає Кріс Вудфорд, це особливий контролер руху у VR-просторі, який дає можливість тактильно відчувати віртуальні об'єкти [8].

У прагненні забезпечити ще глибше занурення японська компанія Cerevo створила пластикові черевики та рукавички Taclim — перші VR-аксесуари у світі з тактильним зворотним зв'язком. Завдяки їм відчуття присутності у віртуальному середовищі досягає максимальної інтенсивності.

Ще одним важливим інструментом є кімната CAVE (Cave Automatic Virtual Environment, або «Печера») — проєкційний VR-дисплей, розроблений у Лабораторії електронної візуалізації. «Ця проєкційна система демонструє зображення всередині тривимірного приміщення з чотирма стінами. У ній застосовуються технології відстеження положення голови в реальному часі, широкий кут огляду, можливість інтерактивного управління та бінокулярний тип візуалізації. Завдяки цьому користувач сприймає візуальний контент безпосередньо зі стін кімнати». Деякі фахівці підкреслюють високий рівень інтеграції цієї системи з людиною, оскільки вона дозволяє бачити власне тіло під час занурення, адже відсутні шоломи чи окуляри, які зазвичай відмежовують користувача від реальності.

Дослідник Р. Азума, аналізуючи технології віртуальної реальності, пропонує класифікацію відповідно до обладнання, з яким взаємодіє користувач. Виділяють три основні типи: змішана реальність, доповнена реальність та власне віртуальна реальність. Так, «змішана реальність найбільше використовує смартокуляри, віртуальна реальність функціонує завдяки широкому спектру технічних пристроїв — від шоломів до VR-окулярів, а доповнена реальність працює не лише в шоломах, але й на смартфонах та підтримує 3D-візуалізацію» [16]. Кожен із цих форматів забезпечує ефект присутності та сприяє підвищенню залучення аудиторії.

Отже, підготовка інформаційних матеріалів із використанням технологій іммерсивної журналістики вимагає поєднання потужної технічної бази та продуманої концепції подачі контенту. Віртуальна реальність стає ядром такої інфраструктури, адже саме вона забезпечує повне або часткове занурення користувача в цифровий простір, де важливу роль відіграють комп'ютерна графіка, фотограмметрія, сферичні камери з оглядом 360°, а також системи трекінгу. Додаткові пристрої, як-от HMD-шоломи, VR-окуляри, рукавички з тактильним зворотним зв'язком, спеціальні крісла чи керуючі елементи, підсилюють ефект присутності та роблять взаємодію з віртуальним середовищем природнішою. Такі рішення, як кімната CAVE, демонструють можливість ще глибшого занурення без повної ізоляції від фізичного тіла. У результаті створення іммерсивного журналістського продукту перетворюється на складний багатоступеневий процес, де технологічні можливості мають узгоджуватися з редакційними завданнями, етичними вимогами та потребами аудиторії.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було проаналізовано, як інноваційні технології вже впливають на журналістську практику в Україні та за кордоном. Дослідження Національної ради з питань телебачення і радіомовлення показало, що значна частина українських медіа використовує штучний інтелект для редагування текстів,

трансформації відео, перекладу та створення матеріалів. Водночас частина редакцій поки не інтегрує такі інструменти через недостатнє розуміння їхніх можливостей, що свідчить про потребу в медіаграмотності й фаховій підготовці. Зарубіжні приклади, зокрема досвід Connecticut Mirror і Financial Times, демонструють, що ШІ допомагає редакціям працювати з великими обсягами даних, оптимізувати рутинні процеси й підсилювати взаємодію з аудиторією. Успішні кейси підтверджують, що автоматизовані рішення можуть створювати додану цінність, але потребують обов'язкового людського контролю.

Окремо розглянуто український приклад іммерсивної журналістики — віртуальну екскурсію «Місто-привид Прип'ять у 360°» від ТСН.ua. Проєкт показав, що формат панорамних фото й 360-градусного огляду дає змогу не просто передавати інформацію, а й занурювати глядача в історичний контекст, підсилюючи емоційне сприйняття.

У підрозділі щодо підготовки іммерсивного матеріалу визначено ключові інструменти: VR, AR, сферичні камери, трекінгові системи, HMD-дисплеї, VR-рукавички й середовища типу CAVE. Саме ці технології забезпечують ефект присутності, на якому тримається іммерсивна журналістика.

ВИСНОВКИ

Дослідження впливу інноваційних технологій на медіапростір є необхідним, адже дає змогу виявити потенційні ризики та сформулювати рекомендації щодо їх етичного застосування. Проведений аналіз сприяє більш усвідомленому використанню сучасних технологій і формуванню відповідального медіасередовища. Сучасний етап становлення індустрії віртуальної реальності розпочався у 2012 році, коли апаратні засоби досягли достатнього рівня якості та стали більш доступними, а також з'явилися відповідні програмні інструменти для створення VR-продуктів

До ключових технологій, що забезпечують ефект присутності, належать комп'ютерна графіка, фотограмметрія, сферична зйомка з оглядом 360 градусів,

а також елементи доповненої реальності. Під час створення імерсивних матеріалів важливо поєднувати не лише візуальні та текстові компоненти, а й аудіальні елементи та спеціально змодельовані технічні умови. До периферійних пристроїв, необхідних для перегляду такого контенту, відносять окуляри, шоломи та рукавички віртуальної реальності. Багато сучасних смартфонів уже мають вбудовану підтримку функцій доповненої реальності. Віртуальна екскурсія дає змогу побачити сучасний стан міста та прилеглих територій, оскільки авторський текст супроводжується відповідними фото. Зокрема, зазначається, що «шви між панельними перекриттями у більшості дев'ятиповерхівок уже почали протікати, а п'ятиповерхові будинки давно зруйновані. Лише сім будівель, зведених більш якісно, ще залишаються відносно цілими»

Формати реалізації імерсивних проєктів постійно змінюються й удосконалюються. Сьогодні серед основних видів виокремлюють імерсивні виставки, віртуальні тури, візуальні історії, VR-сторітелінг, VR-квести та ігри. Різноманіття цих форматів дає авторам широкі можливості для створення різних моделей занурення у віртуальну реальність і не обмежує їх у виборі технологічних рішень.

Українська імерсивна журналістика наразі перебуває на етапі активного становлення. Першу хвилю розвитку цього напрямку можна спостерігати у 2017–2019 роках, коли почали з'являтися перші українські проєкти у форматі VR-сторітелінгу, зокрема матеріал Радіо Свобода «Заручники війни – вони пройшли крізь пекло». Цей формат передбачає подання історії через ефект занурення і забезпечує вплив одразу на кількох рівнях — емоційному та різних видах ефекту присутності: соціальному, тілесному та емоційному.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Bini S. A. Artificial intelligence, machine learning, deep learning, and cognitive computing: what do these terms mean and how will they impact health care? *The Journal of Arthroplasty*. 2018. Vol. 33, № 8. С. 23–59.
2. Biocca F., Levy M. R. *Communication in the Age of Virtual Reality*. Lawrence Erlbaum Associates, 1995. 57 p.
3. De la Peña N., Weil P., Llobera J., Spanlang B. Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. *Teleoperators and Virtual Environments*. 2010. Vol. 19, № 4. P. 291–301.
4. Lessiter J., Freeman J., Keogh E., Davidoff J. A cross-media presence questionnaire: The ITC-Sense of Presence Inventory. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*. 2001. Vol. 10. P. 282–297.
5. Sundar C. S., Kang J., Oprean D. Being There in the Midst of the Story: How Immersive Journalism Affects Our Perceptions and Cognitions. Liebertpub. URL: <https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2017.0271> (дата звернення: 13.11.2025).
6. Uskali T., Gynnilind A., Jones S., Sirkkunen E. *Immersive Journalism as Storytelling*. Routledge, 2021. 2 p.
7. Vettehen P. H., Wiltink D., Huiskamp M., Schaap G. Taking the full view: How viewers respond to 360-degree video news. *ScienceDirect*. URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563218304588>

(дата звернення: 26.10.2025).

8. Woodford C. Virtual Reality. URL: <https://web.archive.org/web/20171114001718/http://www.explainthatstuff.com/virtualreality.html> (дата звернення: 03.11.2025).
9. Алі А. 11 найкращих інструментів для перевірки граматики для академічного письма. URL: <http://surl.li/bkkgjo> (дата звернення: 04.11.2025).
10. Бегун С. Концепція інформаційної технології раннього розпізнавання відмов на основі нейронних мереж. Інформаційні технології та комп'ютерне моделювання. 2023. С. 6.
11. Бігун К. We are VR. Все, що варто знати про формат зйомки 360. URL: <http://surl.li/terqok> (дата звернення: 07.10.2025).
12. Гаврилов І. Підготовка майбутнього викладача до викликів, пов'язаних із інтеграцією штучного інтелекту. Наука і техніка сьогодні. 2024. № 3 (31). С. 30.
13. Гавриш Б. М., Тимченко О. В., Кульчицький Р. О. Особливості використання штучних нейронних мереж для аналізу і опрацювання зображень текстів. Моделювання та інформаційні технології. 2018. № 82. 145 с.
14. Галич А. Імерсивні технології в журналістиці: pro et contra. Регіональні ЗМІ України: історія, сучасний стан та перспективи розвитку: матеріали всеукр. наук.-практ. конф. Старобільськ, 2020. С. 5–20.
15. Гнєтнєв К. Ю., Шликов В. В. Застосування нейронної мережі для керування рухами пальців біопротезу. Біомедична інженерія і технологія. 2024. С. 245.
16. Грибанова С. Технології віртуальної реальності в інноваційних комунікаціях: теоретичний аспект. У: Шлях успіху і перспективи розвитку. Харків, 2020. С. 157–159.

17. Жабокрицький І. В. Сучасний стан та перспективи підвищення функціональності доповненої реальності за допомогою нейронних мереж. *Elektronnoe Modelirovanie*. 2022. Т. 44, № 5. С. 76.
18. Зйомка 360°/vr: імерсивність, інтрига, інформативність. Веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/advice/zjomka-360-vr-imersyvnist-intryha-informatyvnist-i2382> (дата звернення: 18.11.2025).
19. Кирилова О. Імерсивна журналістика: від витоків до сучасних трансформацій. ResearchGate. URL: <https://www.researchgate.net/profile/Oksana-Kyrylova/publication> (дата звернення: 19.10.2025).
20. Климнюк В. Є. Віртуальна реальність в освітньому процесі. Збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил. 2018. № 2. С. 210.
21. Литвинова С. Г., Пінчук О. П., Лупаренко Л. А., Соколюк О. М. Критерії і показники оцінювання якості освітнього цифрового контенту з доповненою реальністю: методичні рекомендації. Київ: Наука, 2022. 91 с.
22. Місто-привид: Прип'ять в 360°. Веб-сайт. URL: <http://tsn.ua/specialprojects/pripyat360/> (дата звернення: 15.10.2025).
23. Павлюх М. В. Модель засобів масової комунікації (національної журналістики) у кіберпросторі: безпека особи, суспільства, держави. Міжнародні відносини: теоретико–практичні аспекти. 2020. Вип. 5. С. 237–241.
24. Полісученко А. Розширена реальність як новітній інструмент журналістики: від витоків до сучасності. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2019. Вип. 45. С. 74–83.
25. Суліма Ю. О. Технологія доповненої реальності: методи реалізації та перспективи розвитку: дис. канд. техн. наук. Вінниця: ВНТУ, 2024. 276 с.

ДОДАТКИ

Додаток А



Додаток Б

