

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»
Кафедра журналістики
Спеціальність 061 «Журналістика»

Дипломна робота
(проєкт) на тему: «Імерсивні тенденції в сучасній тележурналістиці »

Студентка, групи:
Лимаренко Неоніла Олександрівна
«Жур-21»

Науковий керівник: (науковий
ступінь, вчене звання або посада)
Бут Оксана Василівна
Кандидат мистецтвознавства, доцент
кафедри журналістики

(підпис студента) (Дата) (Підпис)

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи імерсивності в тележурналістиці	7
1.1 Поняття імерсивності: сутність, ознаки та роль у медіапросторі.....	8
1.2 Візуальні та аудіальні засоби впливу на глядача.....	14
1.3 Досвід використання імерсивних форматів у світовій та українській тележурналістиці	
РОЗДІЛ 2. Аналіз імерсивних засобів виразності в українській тележурналістиці.....	25
2.1. Дослідження монтажних прийомів у сучасних телерепортажах та їх вплив на сприйняття глядачем	27
2.2. Приклади імерсивних технологій у сучасних телепроектах.....	29
РОЗДІЛ 3. Розвиток імерсивних технологій в тележурналістиці.....	43
3.1. Віртуальна та доповнена реальність у новинних форматах	43
3.2. Використання 360°-відео та інтерактивного монтажу	50
3.3. Перспективи розвитку імерсивного монтажу в тележурналістиці.....	59
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68

ВСТУП

Сучасна тележурналістика динамічно розвивається під впливом новітніх технологій, які змінюють способи подачі інформації та взаємодії з аудиторією. Однією з ключових тенденцій є імерсивність — створення ефекту присутності, що дозволяє глядачам не лише спостерігати за подіями, а й занурюватися в них емоційно та візуально. Використання технологій віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR), 360°-відео, спеціальних монтажних прийомів, а також невербальних засобів комунікації (жести, міміка, інтонація) робить теленовини та репортажі більш виразними та впливовими.

Актуальність дослідження обумовлена тим, що імерсивні формати стають важливим інструментом залучення аудиторії та підвищення довіри до медіа. Однак у наукових колах ця тема ще не має достатньо комплексного вивчення, особливо в українському контексті.

Метою роботи є дослідження імерсивних тенденцій у сучасній тележурналістиці, аналіз їхнього впливу на глядача та визначення перспектив розвитку таких технологій. У межах дослідження буде розглянуто ключові візуальні, аудіальні та психологічні засоби імерсивності, а також сучасні приклади їхнього використання в телемедіа.

Актуальність теми. Сучасна тележурналістика перебуває в процесі активної трансформації, що зумовлено технологічним розвитком та зміною поведінки аудиторії. Глядачі дедалі більше прагнуть не лише отримувати інформацію, а й відчувати ефект присутності та емоційного занурення у події. Саме це забезпечують імерсивні технології, які дозволяють створювати інтерактивний контент, використовувати 360°-відео, доповнену (AR) та віртуальну реальність (VR), спеціальні монтажні прийоми та інші засоби впливу на сприйняття аудиторії.

Дослідження імерсивних тенденцій у тележурналістиці є актуальним, оскільки вони змінюють традиційні підходи до подачі інформації та формують новий рівень комунікації між медіа та глядачами. Застосування таких технологій дозволяє підвищити довіру до контенту, активізувати емоційне

сприйняття подій та зробити журналістський матеріал більш глибоким та впливовим.

Ступінь наукової розробленості проблеми. Тема імерсивності у журналістиці вивчається як у світовій, так і в українській науковій спільноті. Серед зарубіжних дослідників вагомий внесок у розвиток теоретичних аспектів імерсивної журналістики зробили Дж. Павлік,[20] М. Де ла Пенья, Д. Доукінс, які досліджують вплив VR і AR на сприйняття новин. В Україні імерсивні технології в журналістиці розглядаються у працях В. Іванова, А. Фролова та інших дослідників. Однак більшість наукових досліджень зосереджені на окремих аспектах імерсивного контенту, тоді як комплексний аналіз його впливу на глядача, зокрема через невербальні засоби комунікації, залишається недостатньо опрацьованим.

Мета дослідження. Метою роботи є вивчення імерсивних тенденцій у сучасній тележурналістиці, аналіз їхнього впливу на глядача та визначення перспектив розвитку імерсивних технологій у медіапросторі.

Завдання дипломної роботи

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

1. Дослідити поняття імерсивності, її ознаки та роль у сучасному медіапросторі.
2. Проаналізувати основні візуальні та аудіальні засоби впливу на глядача в тележурналістиці.
3. Розглянути досвід використання імерсивних форматів у світовій та українській тележурналістиці.
4. Визначити особливості монтажних прийомів у сучасних телерепортажах та їх вплив на сприйняття глядачем.
5. Проаналізувати використання 360°-відео, віртуальної та доповненої реальності у тележурналістиці.
6. Визначити перспективи розвитку імерсивних технологій у тележурналістиці та їхній потенційний вплив на майбутнє медіаіндустрії.

Об'єктом дослідження - є сучасні імерсивні технології у тележурналістиці.

Предметом дослідження - є засоби імерсивного впливу на глядача, зокрема візуальні, аудіальні, монтажні прийоми, використання VR/AR та 360°-відео в телевізійних новинах і репортажах.

Наукові методи дослідження

У процесі дослідження імерсивних тенденцій у сучасній тележурналістиці використовувалися такі наукові методи:

- Аналіз літератури та наукових джерел – для визначення теоретичних основ імерсивності, її ознак та ролі у тележурналістиці.
- Контент-аналіз – для дослідження телевізійних матеріалів, які використовують імерсивні технології (VR, AR, 360°-відео, інтерактивні формати).
- Порівняльний аналіз – для зіставлення світового та українського досвіду впровадження імерсивних технологій у тележурналістиці.
- Метод структурного аналізу – для розгляду впливу невербальних засобів комунікації (жести, міміка, інтонація) на сприйняття інформації глядачем.
- Описовий метод – для систематизації отриманих результатів та узагальнення тенденцій розвитку імерсивної журналістики.
- Прогностичний метод – для визначення перспектив розвитку імерсивних технологій у тележурналістиці та їхнього впливу на майбутнє медіаіндустрії.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі імерсивних технологій у сучасній тележурналістиці та їхнього впливу на глядацьке сприйняття. У роботі систематизовано теоретичні засади імерсивності, визначено її основні ознаки, функції та роль у медіапросторі. Вперше проведено аналіз використання імерсивних технологій в українській тележурналістиці, що дозволило виявити основні тенденції та особливості їхнього застосування у вітчизняних телепроектах. Досліджено вплив невербальних засобів комунікації, зокрема жестів, міміки, інтонації та світлових ефектів, на формування імерсивного ефекту та залучення аудиторії. Оцінено ефективність використання VR, AR і 360°-відео у телевізійних новинних форматах та визначено їхній вплив на сприйняття інформації

глядачами. На основі проведеного аналізу сформульовано прогнози щодо подальшого розвитку імерсивних технологій у тележурналістиці та їхнього впливу на трансформацію традиційних журналістських форматів.

Практична значущість дослідження полягає в можливості застосування його результатів у професійній діяльності журналістів, редакторів та продюсерів телевізійного контенту. Отримані висновки можуть бути використані для вдосконалення методів створення імерсивного контенту, що підвищить рівень залучення та емоційного сприйняття аудиторією журналістських матеріалів. Досліджені невербальні засоби комунікації, такі як жести, міміка та інтонація, можуть бути враховані при підготовці ведучих і репортерів для покращення якості подачі інформації. Аналіз сучасних імерсивних технологій у тележурналістиці сприятиме їхньому ефективному впровадженню в українських медіа. Отримані результати можуть також використовуватися у навчальному процесі для підготовки майбутніх журналістів, що дозволить сформувати їхні компетенції у сфері новітніх медійних технологій.

Структура та обсяг роботи

Дипломна робота складається з вступу, трьох основних розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 75 сторінок, що включає теоретичні та практичні аспекти досліджуваної теми.

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи імерсивності в тележурналістиці

Імерсивність, як ключова характеристика сучасних медіа, поступово проникає в усі аспекти журналістики, зокрема й у тележурналістику. Вона стає новим підходом до створення медіаконтенту, що дозволяє не лише передавати факти, але й занурювати глядача у середовище події, створюючи унікальний досвід сприйняття інформації. Імерсивні технології, зокрема віртуальна та доповнена реальність, 360°-відео, а також інтерактивні формати, дають можливість тележурналістам не просто повідомляти про події, але й забезпечувати глядачеві можливість бути їхнім свідком, переживати їх емоційно, а інколи й фізично.

Дослідження імерсивності в медіа має широке наукове підґрунтя. Наприклад, Джанет Мюррей (Janet H. Murray) у своїй праці «Hamlet on the Holodeck» розглядає імерсивність як складову цифрового нарративу, підкреслюючи її здатність поглиблювати взаємодію з контентом. Олівер Грау (Oliver Grau) у дослідженні «Virtual Art: From Illusion to Immersion» аналізує історичний розвиток технологій занурення, акцентуючи увагу на їхньому впливі на мистецтво та комунікацію. Водночас, у контексті журналістики важливі роботи Ніка Стефенсона (Nick Stevenson), який аналізує інтерактивність у медіа, та Джеремі Бейлнсона (Jeremy Bailenson), що вивчає роль віртуальної реальності у побудові довіри до інформації.

Актуальність теми також підкреслюється сучасними тенденціями у сфері тележурналістики. Наприклад, дослідження Грейс Айкінс (Grace Aikins) та її колег демонструють, що імерсивний контент підвищує рівень емпатії у глядачів, що особливо важливо у висвітленні соціально значущих тем. Українські науковці, зокрема С. Костриця та Л. Масенко, аналізують вплив цифрових технологій на медіа та журналістику, підкреслюючи важливість інтеграції інновацій у традиційні формати.

Розгляд теоретичних основ імерсивності необхідний, оскільки ця концепція не лише змінює способи споживання інформації, а й створює нові журналістські стандарти та підходи до роботи з аудиторією. Важливо

проаналізувати технічні та психологічні аспекти впливу імерсивного контенту на глядача, щоб зрозуміти його роль у зміні комунікаційних стратегій сучасних медіа.

У цьому розділі ми розглянемо концепцію імерсивності в тележурналістиці, визначимо її сутність, основні ознаки, а також роль у сучасному медіапросторі. Окрему увагу буде приділено візуальним та аудіальним засобам впливу на аудиторію, а також досвіду використання імерсивних технологій у світовій та українській тележурналістиці. Теоретичний аналіз цієї теми дозволить сформулювати розуміння того, як змінюється споживання медіаконтенту та які перспективи відкриває імерсивність у журналістиці майбутнього.

1.1 Поняття імерсивності: сутність, ознаки та роль у медіапросторі

Сучасна тележурналістика переживає значні трансформації під впливом цифрових технологій, що змінюють підходи до створення та споживання медіаконтенту. Однією з ключових тенденцій є використання імерсивних технологій, які сприяють залученню аудиторії та створюють ефект присутності глядача в подіях, що висвітлюються.

У контексті медіа поняття імерсивність передбачає використання технологічних та творчих прийомів, які допомагають глядачеві не лише отримувати інформацію, а й безпосередньо відчувати її вплив через ефект присутності. Вперше цей термін активно почав використовуватися у сфері відеоігор та віртуальної реальності, але згодом поширився й на журналістику, зокрема телебачення.

Дослідниця Джанет Мюррей визначає імерсивність як властивість медіапростору, що «занурює користувача у символічне середовище» за рахунок технічних і нарративних прийомів.

Імерсивність у тележурналістиці проявляється через такі основні ознаки:

Візуальна і композиційна глибина – використання крупних планів, суб'єктивної камери (погляду зсередини), тривалих дублів без склейок, що утворюють відчуття прямої присутності глядача в кадрі.

Звукове оформлення – стратегічне використання амбієнтів (фонових звуків), інтонаційної виразності дикторів і живого звуку з місця подій для створення аудіального контексту

Наративна побудова – розповідь із фокусом на героя, який проводить глядача крізь події, формуючи зв'язок між аудиторією та сюжетом.

Темпоритм і монтаж – уникання традиційного «нарізного» монтажу на користь цілісної оповідної лінії, де збережено логіку руху в просторі та часі.

Емоційна драматургія – виокремлення конфлікту, контрастів і точок емпатії, які дозволяють глядачу не просто дізнатися факт, а відчувати його значущість.

Імерсивність формується на стику технічного й художнього — завдяки злиттю новітніх технологій із традиційними засобами виразності, журналістика виходить за межі «повідомлення фактів», перетворюючись на «переживання подій».

Імерсивні технології змінюють парадигму споживання інформації — аудиторія більше не пасивна, вона взаємодіє з контентом. Такі формати сприяють підвищенню довіри до медіа, оскільки створюють ілюзію безпосередньої присутності та особистого досвіду.

Приклади:

The New York Times реалізував серію VR-документалок The Displaced, що дозволяє глядачам «опинитися» у таборах біженців.

BBC у проєкті Damming the Nile VR пропонує занурення у геополітичний конфлікт довкола водних ресурсів.

В Україні — 360°-репортажі Суспільного мовника та експериментальні формати на платформах «СЛУХ», Ukraïner, «Громадське».

Роль імерсивності у сучасному медіапросторі є надзвичайно важливою, оскільки вона змінює традиційні способи подачі новин та підвищує рівень

залучення аудиторії. Використання таких технологій дозволяє не лише зробити матеріал більш емоційно впливовим, а й підвищити його довіру за рахунок ефекту особистої присутності глядача в місці події.

У світовій практиці імерсивні технології активно застосовуються у провідних медіакомпаніях, таких як BBC, The New York Times, CNN, які впроваджують VR-репортажі, 360°-відео та інтерактивні формати подачі новин. В Україні цей напрямок тільки починає розвиватися, але вже можна спостерігати спроби адаптації імерсивних технологій у великих телевізійних новинних проєктах.

Таким чином, імерсивність у тележурналістиці є не просто технологічною новацією, а потужним інструментом залучення аудиторії, що змінює характер взаємодії між медіа та глядачем, роблячи інформацію більш доступною, глибокою та емоційно впливовою.

Імерсивність у тележурналістиці є напрямком розвитку сучасних медіа, завдяки чому вона змінює традиційні підходи до комунікації з аудиторією та сприяє новим моделям взаємодії між журналістами та глядачами. Завдяки імерсивним технологіям здійснюється еволюція не лише у формі подачі інформації, а й у способах її сприйняття, що особливо актуально у добу цифрових технологій та високої конкуренції між медіаресурсами.

Одним із головних чинників, що сприяє розвитку імерсивності в тележурналістиці, є технологічний прогрес. Завдяки сучасному забезпеченню та програмному забезпеченню медійні компанії дають можливість створювати контент, який максимально наближений до реального світу. Серед ключових технологій, які впливають на формування імерсивного ефекту, можна виділити

360°-відео – дозволяє глядачам самостійно обирати курс перегляду та відчувати присутність на місці події. таке відео активно використовується в репортажах, документальних проєктах та новинних сюжетах, зокрема в екстремальних або кризових ситуаціях.

Віртуальна реальність (VR) – повністю занурює глядача у створений журналістами простір. Це особливо ефективно для розслідувань або

реконструкції історичних подій, коли аудиторія отримує можливість взаємодіяти з віртуальним середовищем.

Доповнена реальність (AR) – додає цифрові елементи до реального відеопотоку. Наприклад, інтегровані графічні дані в студійних новинах або розширена візуалізація статистики дозволила підвищити розуміння складних тем.

Бінауральне аудіо – створює об'ємний звуковий ефект, що посилює реалістичність подій та робить сприйняття контенту більш природним.

Завдяки технологічному прогресу, журналістика отримує змогу глибше «вбудовувати» глядача у простір сюжету, змінюючи не тільки форму, а й спосіб сприйняття контенту.

Розвиток цих технологій відкриває нові можливості для тележурналістики, дозволяючи змінювати традиційні форми подачі матеріалів і робити їх більш привабливими для сучасного глядача.

Важливим аспектом імерсивних технологій є їх психологічний вплив на споживачів інформації. Дослідження вказують на те, що глибоке занурення у контент сприяє сильнішій емоційній реакції, досягає рівня довіри до інформації та збільшує тривалість її запам'ятовування.

Одним із механізмів впливу є ефект присутності, коли глядач не просто переглядає матеріал, а відчуває себе учасником подій. Це досягається шляхом поєднання чутливих, аудіальних і навіть тактильних ефектів (у випадку VR). Такий ефект є особливо корисним у розслідувальній журналістиці, документальних фільмах або репортажах із місця подій, після чого він дозволяє краще зрозуміти контекст та сформулювати власну думку щодо неї.

Крім того, імерсивність підвищує емоційну залученість, що може мати як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, аудиторія більш глибоко співпереживає героям репортажів, що погіршують розумінню соціальних проблем, а з іншого – посилене емоційне навантаження може викликати стрес або викривлення сприйняття інформації.

Попри всі переваги, використання імерсивних технологій у тележурналістиці породжує низку викликів та етичних питань. Одним із головних ризиків є можливість маніпуляції аудиторією через сильну емоційність подачі матеріалу. Використання VR- або 360°-відео може створювати у глядачів ілюзію беззаперечної правдивості подій, хоча монтаж і режисерські прийоми залишаються потужними інструментами впливу на сприйняття.

Також є питання збереження об'єктивності у журналістиці. Оскільки імерсивні формати спрямовані на створення ефекту присутності, вони можуть викликати різке емоційне залучення, що ускладнює критичне осмислення інформації. У цьому контексті важливо, щоб журналісти дотримувалися етичних стандартів, надавали достатній контекст до подій і пояснювали аудиторію, як саме був створений матеріал.

Ці технічні та фінансові бар'єри впровадження імерсивних технологій. Створення VR- або 360°-контенту потребує дорогого обладнання, спеціалізованого програмного забезпечення та навчених фахівців. Це обмежує можливості застосування таких технологій у малих незалежних медіа або регіональних редакціях.

У сучасному інформаційному просторі де традиційне телебачення спрямоване конкурувати з цифровими платформами та соцмережами, імерсивність стає важливим інструментом для залучення та утримання аудиторії. Завдяки інтеграції новітніх технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, 360°-відео та інтерактивні формати, медіа компанії можуть не лише надавати інформацію, але й створювати унікальний досвід для своїх глядачів. Це дозволяє телевізійним проєктам і новинним передачам виходити за межі звичного формату й збагачувати досвід споживання контенту. У той же час, цифрові платформи, такі як YouTube, TikTok або Netflix, активно використовують ці ж технології, що створює додаткову конкуренцію для традиційних медіа. Імерсивність допомагає телевізійному сектору не лише адаптуватися до змін у поведінці аудиторії, але й розширювати свою роль у

формуванні культурного ландшафту, де глядачі стають більш активними учасниками споживання контенту.

Важливим аспектом імерсивного контенту є його диференціація від традиційних журналістських матеріалів. Імерсивність дозволяє не лише переказувати події, а й занурювати глядача у певний контекст, надаючи можливість самостійно відчувати атмосферу подій. Це особливо актуально для соціально важливих тем – наприклад, висвітлення військових конфліктів, природних катастроф або гуманітарних криз. Глядач, який переживає подію через імерсивні технології, формує глибший рівень розуміння та емпатії, що може сприяти більш усвідомленій громадянській позиції.

Окрім технологічного виміру, імерсивність виконує також важливу соціальну функцію. Вона дозволяє аудиторії краще розуміти проблеми суспільства, занурюючи глядачів у ті реалії, з якими вони могли ніколи не стикатися особисто. Наприклад, VR-документальні проєкти, що демонструють життя людей у зонах конфлікту, дають можливість громадськості глибше відчувати масштаби проблеми та зрозуміти її вплив на реальних людей.

Імерсивність також сприяє підвищенню рівня громадянської активності. Завдяки ефекту присутності люди починають усвідомлювати актуальні соціальні проблеми, що може спонукати їх до дій: участі у благодійних проєктах, підтримки соціальних ініціатив або навіть активної громадської діяльності. Наприклад, кампанії на основі VR, що показують наслідки екологічних катастроф, змушують людей переосмислювати своє ставлення до навколишнього середовища та змінювати власну поведінку.

Попри всі виклики, імерсивні технології мають значний потенціал у майбутньому розвитку тележурналістики. З огляду на швидкий розвиток штучного інтелекту та 5G-мереж, очікується, що новинні матеріали стануть ще більш персоналізованими та інтерактивними.

1.Інтеграція штучного інтелекту дозволить створювати адаптивні журналістські матеріали, які змінюватимуться залежно від інтересів глядача.

2. Розвиток 5G-технологій забезпечить миттєве завантаження VR- та 360°-контенту, що зробить його доступним для ширшої аудиторії.

3. Застосування нейротехнологій відкриє можливості створення ще глибших рівнів взаємодії між глядачем і контентом, наприклад, через емоційно-орієнтовані новини, що змінюватимуться залежно від реакцій користувача.

Таким чином, імерсивність – це не просто тренд, а новий етап розвитку тележурналістики, який змінює способи подачі інформації та взаємодії з глядачами. У найближчі роки можна очікувати ще більшого поширення цих технологій, що сприятиме створенню більш глибокого, емоційного та інклюзивного медіаконтенту.

Імерсивність є не лише технічним трендом, а якісним переходом до нової моделі комунікації в журналістиці. Завдяки ефекту присутності, глядачі глибше розуміють соціальні явища, активніше реагують на інформацію та демонструють вищий рівень залучення. У той же час, розвиток імерсивних форматів вимагає уважного ставлення до етичних стандартів і критичного переосмислення журналістської практики. У наступному підрозділі буде розглянуто конкретні візуальні й аудіальні інструменти, за допомогою яких створюється імерсивний ефект на телебаченні.

1.2 Візуальні та аудіальні засоби впливу на глядача

Візуальні та аудіальні засоби в тележурналістиці відіграють ключову роль у створенні емоційного та когнітивного впливу на глядача. Завдяки технологічним інноваціям, ці засоби отримали нові можливості для залучення аудиторії та посилення ефекту присутності. Вони є основними інструментами, які допомагають створити імерсивне середовище та забезпечити повне занурення в контент.[8]

Візуальна складова тележурналістики охоплює широкий спектр технічних елементів, таких як кадрування, монтаж, кольорова палітра, освітлення, ракурс, спецефекти та інші візуальні стратегії, що

використовуються для досягнення максимального емоційного і когнітивного впливу на глядача.

- Кадрування та монтаж — за допомогою цих технічних засобів журналісти створюють акценти, встановлюють пріоритети і направляють увагу глядача на важливі деталі.[5] Наприклад, використання близьких планів може створити інтимний зв'язок між глядачем і об'єктом репортажу, що підтверджує Д. Бордвелл у дослідженнях кіномови посилюючи емоційний вплив. У свою чергу, монтаж, особливо в іммерсивних форматах, дає можливість створювати послідовність кадрів, що забезпечує логічний зв'язок між подіями та підсилює ефект "занурення".[1]

- Кольорова палітра та освітлення — ці елементи використовуються для передачі настрою, атмосфери та емоційного тону сюжету. Теплі кольори, наприклад, можуть викликати відчуття тепла, затишку чи щастя, а холодні — відчуття тривоги, небезпеки або суму. Освітлення також відіграє важливу роль: м'яке освітлення може створювати атмосферу комфорту і близькості, тоді як різке контрастне освітлення часто використовується для створення напруженості чи драматизму. Освітлення, за спостереженнями Г. Барнса є важливим засобом драматизації телевізійного сюжету.[5]

- Спецефекти та віртуальні елементи — з розвитком технологій, тележурналістика почала активно використовувати візуальні спецефекти і віртуальну реальність, щоб створити враження присутності глядача на місці події. Ці ефекти не тільки підсилюють візуальний аспект репортажу, але й активно взаємодіють з глядачем, дозволяючи йому «переміщатися» по подіях або змінювати ракурси.

Аудіальний компонент є не менш важливим, ніж візуальний, у створенні іммерсивного досвіду. Аудіо використовується для підсилення емоційної складової повідомлення, впливу на атмосферу та формування повного сприйняття сюжету. За словами Ліпкін та інших, інтонація голосу журналіста формує перше враження та емоційний фон.[4]

- Інтенація голосу ведучого — в тележурналістиці важливу роль відіграє те, як ведучий або репортер подає інформацію. Тон голосу може створювати відповідний емоційний фон, підсилювати драматизм або, навпаки, спокійно подавати факти. Наприклад, спокійний і рівний голос у новинному випуску може створити враження об'єктивності та нейтральності, тоді як емоційно насичена інтонація підвищує інтерес і активізує сприйняття.[9]

- Музика та звукові ефекти — музика може мати сильний емоційний вплив на глядача. Залежно від жанру програми, музичний супровід може як підкреслювати атмосферу (наприклад, драматичну музику для репортажу про катастрофу), так і створювати відчуття легкості та оптимізму. Звукові ефекти, такі як гучні звуки сирен, постріли або відлуння кроків, використовуються для посилення реалістичності ситуацій і занурення глядача в події. Музика і звукові ефекти, як стверджує Гельман, виконують не лише атмосферну, а й структурну функцію — вони задають ритм подіям та формують емоційні піки.[3]

- Простір звуків (просторова аудіо) — новітні технології, зокрема 3D-аудіо або об'ємний звук, використовуються для створення ще більш реалістичного ефекту занурення. Глядачі можуть відчувати себе у центрі подій, де звуки довкола них змінюються залежно від ситуації, тим самим додаючи додаткові шари реалістичності. Це особливо актуально для імерсивних проєктів, де важливо відтворити максимально реалістичну атмосферу.

Комбінація візуальних і аудіальних засобів у телевізійному контенті значно посилює ефект занурення. Гармонійне поєднання цих елементів дозволяє створювати цілісну та багатогранну картину подій, що безпосередньо впливає на сприйняття глядача. Коли аудіо і відео співвідносяться і підсилюють одне одного, це створює ефект повного занурення, що є основою імерсивного контенту. Однак важливою умовою є правильне використання цих засобів, оскільки надмірне навантаження на один із елементів може спричинити втрату концентрації глядача або навіть спотворити інформацію.

Таким чином, візуальні та аудіальні засоби впливу на глядача є основними інструментами, що допомагають створити імерсивне середовище в

тележурналістиці, залучаючи глядачів до активної взаємодії з контентом і формуючи нові стандарти сприйняття медіа.

Особливу увагу в контексті імерсивних тенденцій в тележурналістиці заслуговує взаємодія візуальних та аудіальних елементів, оскільки саме це поєднання є ключовим для створення захоплюючого досвіду. Коли візуальний матеріал доповнюється підсиленням аудіо (звук на фоні, музика, фонові звуки природи або міського середовища), це дозволяє глядачеві повністю поринути в атмосферу події. Це зумовлює ефективніший процес сприйняття контенту, де важливі не тільки факти, але й емоції, які супроводжують ці факти.

Одним із таких прикладів є використання звукових ландшафтів — специфічних звукових сцен, які відповідають певним місцям або ситуаціям. У новинах чи документальних програмах звукові ефекти, наприклад, звуки натовпу, сирени, чи відлуння кроків, допомагають створити атмосферу терміновості або напруги, що підсилює емоційну реакцію глядача. У свою чергу, спокійна музика чи природні звуки можуть знижувати напругу і створювати відчуття спокою, що особливо важливо для довгих репортажів або документальних фільмів.

Імерсивні технології надають можливість не лише передавати емоційний фон, але й створювати ситуацію «присутності» глядача, де він може відчувати себе частиною подій. Наприклад, у використанні 360°-відео, коли аудиторія має можливість вибирати, на чому зосередити свою увагу (знаходячись у центрі події), зображення і звуки координуються таким чином, щоб користувач відчував себе активним учасником того, що відбувається, а не просто спостерігачем. Цей підхід дозволяє тележурналістиці створювати нові стандарти інтерактивності та занурення.[7]

У поєднанні з візуальними та аудіальними ефектами, технології штучного інтелекту й адаптивні мультимедійні системи дозволяють налаштовувати контент для кожного глядача індивідуально, підлаштовуючи звук та зображення в залежності від його уподобань, настрою чи попереднього досвіду. Це відкриває нові горизонти для створення персоналізованого

імерсивного контенту, який може значно посилити зв'язок між медіа і його споживачем.

Таким чином, візуальні та аудіальні засоби впливу є невід'ємною частиною імерсивного досвіду в тележурналістиці, дозволяючи не тільки передавати факти, але й формувати емоційний та когнітивний контекст для сприйняття цих фактів. Це створює унікальну можливість для поглиблення зв'язку з глядачем, покращує якість медіа-досвіду та стимулює інтерес до нових форматів журналістики.

Сучасні технології не лише підсилюють традиційні візуальні та аудіальні елементи тележурналістики, але й відкривають нові горизонти для створення унікального сенсорного досвіду. Завдяки інтеграції нейроадаптивних технологій та біометричних систем, медіа можуть аналізувати емоційний стан глядача в режимі реального часу. Це дозволяє адаптувати освітлення, кольорову палітру кадрів, тональність музичного супроводу та розташування звукових ефектів відповідно до емоційної реакції аудиторії. Таке персоналізоване налаштування створює відчуття "індивідуальної реальності", коли кожен глядач отримує контент, що максимально відповідає його сприйняттю та настрою.

Крім того, розвиток технологій об'ємного звуку та 3D-візуалізації дозволяє створювати багатовимірні аудіовізуальні ландшафти, що забезпечують ефект повного занурення. Просторове розташування звукових елементів у тривимірному середовищі допомагає глядачу точно локалізувати джерела звуку, тим самим посилюючи відчуття присутності. Інноваційні рішення, такі як цифрові голограми та доповнена реальність, трансформують традиційне телебачення у інтерактивний простір, де користувач може вільно переміщуватись між різними елементами сюжету, змінювати кут зору або взаємодіяти з інформацією через голосові команди чи сенсорні інтерфейси.

Такий синтез візуальних та аудіальних засобів не лише підвищує якість передачі інформації, але й створює умови для емоційного та когнітивного занурення глядача. Інтерактивний підхід дозволяє аудиторії стати активним

учасником контенту, що не тільки збагачує їхній досвід, але й сприяє більш глибокому розумінню представленої інформації. Таким чином, використання інноваційних візуальних та аудіальних технологій у тележурналістиці стає ключовим фактором у формуванні нового стандарту медіаспоживання, що відповідає вимогам сучасного інформаційного простору.

Сучасний розвиток цих технологій не зупиняється на базовій інтерактивності. Вбудовані алгоритми машинного навчання аналізують реакцію глядачів у режимі реального часу, що дозволяє автоматично адаптувати як візуальну, так і аудіальну компоненти контенту. Наприклад, система контрасту може змінювати рівень яскравості, яскравість кадрів або навіть підбір музичного супроводу залежно від емоційного стану аудиторії, зафіксованого за допомогою біометричних сенсорів. Це створює ефект «живого» контенту, який реагує на потреби кожного окремого користувача.

Крім того, інтеграція доповненої реальності (AR) відкриває можливості для розміщення інформаційних шарів випадково на трансляцію подій. Глядачі можуть, наприклад, за допомогою своїх мобільних пристроїв або розумних окулярів отримувати додаткові дані, контекстні пояснення або навіть інтерфейси для голосування в режимі реального часу. Така форма взаємодії робить споживання новин не просто переглядом, а справжнім діалогом між медіа та аудиторією. Дослідження Метью Ломбарда і Терези Дітоні визначають ефект присутності як ключовий компонент імерсивних медіа.[2]

За В. Маньком, використання 360°-відео в тележурналістиці значно підвищує емоційне залучення аудиторії.[7]

Інтеграція штучного інтелекту та адаптивного звуку, за Н. Кларком, стає основою для створення контенту, який реагує на емоційний стан користувача в реальному часі.[6]

З іншого боку, з розвитком 5G-технології можливо масштабне впровадження високоякісного об'ємного звуку та 3D-візуалізації. Це лише покращує передачу даних, але й дозволяє створити виключно деталізовані медіапростори, де кожен звук та кожен візуальний елемент розташовується в

тривимірному просторі. Глядачі підтримують можливість відчутти, як змінюється акустичний ландшафт залежно від їхнього положення, що надає реалістичність і глибину відображення інформації.[34,с.1-8]

У майбутньому ці технології можуть стати основою для створення персоналізованих новинних просторів, де кожен користувач отримає унікальний досвід, адаптований до його інтересів та емоційного стану. Це не лише підвищить рівень залучення аудиторії, але й створити новітні якості у сфері тележурналістики, де традиційне телебачення можна не тільки конкурувати з цифровими платформами, а й задавати тренди у створенні інтерактивного, емоційно насиченого контенту.

1.3 Досвід використання імерсивних форматів у світовій та українській тележурналістиці

У сучасному медіапросторі імерсивні формати здобувають усе більшу популярність як у світовій, так і в українській тележурналістиці. Глобальні медіа-компанії, такі як BBC, The New York Times, CNN та Reuters, вже активно використовують технології віртуальної та доповненої реальності, 360°-відео та інтерактивні формати для створення новинних репортажів, документальних фільмів та спеціальних проєктів. Ці засоби дозволяють глядачеві не просто спостерігати за подіями, а буквально занурюватися у простір, де події відбуваються, що сприяє більш глибокому емоційному та когнітивному сприйняттю інформації.[10]

Одним із яскравих прикладів є використання 360°-відео під час висвітлення екстремальних подій або кризових ситуацій, коли глядач може обирати власний ракурс огляду і відчувати себе учасником репортажу. Такі проєкти часто використовують інтерактивні елементи, що дозволяють отримувати додаткову інформацію, порівнювати думки експертів або переглядати супровідні графічні матеріали, що створює комплексний медійний досвід.

В Україні, хоча використання імерсивних форматів знаходиться на початковій стадії, деякі провідні телеканали та цифрові платформи вже

експериментують із впровадженням VR-репортажів, 360°-відео та інтерактивних новинних форматів. Такі проекти допомагають не лише привертати увагу аудиторії, але й стимулювати більш критичне та емоційне сприйняття новин, що особливо актуально в умовах сучасних інформаційних викликів. В окремих випадках українські журналісти використовують доповнену реальність для візуалізації статистичних даних, картографування подій або надання контекстної інформації до складних соціально-політичних процесів.

Таким чином, досвід використання імерсивних форматів демонструє значний потенціал для трансформації тележурналістики. Глобальні приклади показують, що інтеграція цих технологій не лише підвищує рівень залучення аудиторії, але й сприяє глибшому розумінню подій через створення відчуття реальної присутності. Українські проекти, хоч і обмежені ресурсами, демонструють перспективу адаптації інноваційних форматів, що в майбутньому можуть стати важливим інструментом конкурентної переваги національних медіа. Цей досвід створює основу для подальших досліджень та впровадження імерсивних технологій, спрямованих на покращення якості журналістських матеріалів і взаємодії з аудиторією.

Сучасний досвід використання імерсивних форматів не обмежується лише впровадженням новітніх технологій, але й формує нову модель взаємодії між журналістами та аудиторією. Інтеграція VR, AR, 360°-відео та інтерактивних платформ дозволяє створювати контент, який реагує на потреби глядача в режимі реального часу, що стає важливим чинником у формуванні більш глибокого емоційного та когнітивного занурення у події.

На світовому рівні медіакомпанії активно експериментують із застосуванням нейроадаптивних технологій, що аналізують реакцію аудиторії та автоматично підлаштовують візуальні та аудіальні елементи. Наприклад, деякі проекти дозволяють глядачеві не лише вибирати ракурс перегляду, але й отримувати додаткову інформацію через інтерактивні накладки, що збагачують контекст новинного сюжету. Такі підходи сприяють формуванню

персоналізованого досвіду, де кожен користувач може відчутися учасником подій, а не лише їх спостерігачем.

В Україні, незважаючи на обмеженість ресурсів порівняно із світовими лідерами, окремі медіаорганізації вже починають впроваджувати імерсивні формати у свої проєкти. Експериментальні VR-репортажі, інтерактивні документальні фільми та 360°-відео дозволяють українським журналістам адаптуватися до світових тенденцій та знаходити власні креативні підходи до подачі інформації. Зокрема, деякі проєкти зосереджені на висвітленні соціально важливих тем, де інтерактивність допомагає глядачеві краще зрозуміти масштаб і наслідки подій, а також активніше включитися в обговорення актуальних проблем.[30,с.40-47]

Ключовим чинником успіху таких інноваційних форматів є співпраця між технологічними компаніями та медіаорганізаціями. Така взаємодія сприяє не лише вдосконаленню технічної бази, а й розробці нових методів взаємодії з аудиторією. Інвестиції у дослідження і розробки в сфері імерсивних технологій дозволяють створювати контент, що відповідає високим стандартам якості та задовольняє вимоги сучасного глядача.

Отже, досвід використання імерсивних форматів у світовій та українській тележурналістиці демонструє значний потенціал для трансформації інформаційного простору. Інноваційні підходи у застосуванні візуальних та аудіальних технологій дозволяють не тільки підвищити якість подачі новин, але й створити умови для активної участі аудиторії, що стає визначальним фактором у формуванні майбутнього медіаіндустрії.

Таким чином, досвід використання імерсивних форматів свідчить про те, що тележурналістика переходить на якісно новий рівень, інтегруючи інноваційні технології у створення контенту. Сучасні підходи дозволяють не лише передавати інформацію, але й забезпечувати повноцінне занурення аудиторії у події, створюючи унікальний, багатовимірний медійний досвід.

Сучасні технології, такі як VR, AR, 360°-відео, а також нейроадаптивні системи та алгоритми машинного навчання, дозволяють у режимі реального

часу збирати зворотній зв'язок від глядачів та адаптувати контент до їхніх емоційних реакцій. Це відкриває можливість створення персоналізованих інформаційних просторів, де кожен користувач отримує адаптований під його індивідуальні вподобання контент, що значно підвищує рівень залучення та активності аудиторії.[11]

Крім того, інтеграція доповненої реальності дозволяє накладати на трансляцію додаткові інформаційні шари, що збагачують контекст новин та сприяють більш глибокому розумінню подій. Глядачі можуть взаємодіяти з інформацією, отримувати додаткові дані, коментувати події чи навіть впливати на хід сюжету, що формує нову модель медіаспоживання, орієнтовану на інтерактивність та діалог.

На світовому рівні такі інноваційні формати вже демонструють високий потенціал як інструмент не тільки для підвищення емоційного впливу, а й для зміцнення довіри до журналістики через створення відчуття присутності на місці подій. В Україні, попри деякі технічні та фінансові виклики, окремі проекти демонструють можливість адаптації цих технологій до національних умов, відкриваючи шлях до нового етапу розвитку тележурналістики.

Таким чином, досвід використання імерсивних форматів не лише вдосконалює методи подачі інформації, але й трансформує взаємодію між медіа та аудиторією, створюючи умови для появи нових естетичних, етичних та технологічних стандартів у сфері сучасної журналістики. Ці тенденції можуть стати каталізатором для подальших досліджень та впровадження інноваційних рішень, що забезпечать ще глибше занурення аудиторії в інформаційний простір та сприятимуть формуванню нової, інтерактивної моделі медіа.

Крім першого технологічного впровадження, досвід використання імерсивних форматів відкриває нові можливості з точки зору організаційного розвитку та економічної ефективності медіаіндустрії. Сучасні медіакомпанії все частіше інвестують у створення спеціалізованих відділів та навчальних центрів, що дозволяє підвищити кваліфікацію журналістів у роботі з

інтерактивними технологіями та розширити компетенції в галузі цифрової журналістики.[43, с.21-27]

Нові формати сприяють формуванню партнерських мереж між традиційними телерадіокомпаніями та технологічними стартапами, що створюють сприятливі умови для обміну досвідом і спільної розробки інноваційних рішень. Такі колаборації не дозволяють розробляти унікальні продукти, які враховують специфіку як світових, так і національних ринків, відкриваючи додатковий дохід через інтерактивну рекламу, спеціальні платформи для підписки та нові моделі монетизації контенту.[26, с. 56-63]

Окрім цього, впровадження імерсивних форматів сприяє змінам у культурних стратегіях та підходах до комунікації з аудиторією. Формування тематичних віртуальних просторів для обговорення актуальних соціальних питань дає змогу громадськості безпосередньо брати участь у дискусіях, що сприяє розвитку громадянської активності та залученню молодіжної аудиторії. Цей інтерактивний підхід дозволяє створити динамічне медіасередовище, де інформація не лише споживається, а й активно перетворюється на спільний контент, що має соціальну цінність.

Важливим аспектом є також вплив імерсивних технологій на редагування та форматування контенту. Створення інтерактивних сценаріїв та віртуальних студій дозволяє журналістам експериментувати з новими формами розповіді, які спрямовані на візуалізацію складних подій у доступній формі. Таке підвищення якості подачі інформації може стати конкурентною перевагою, особливо в умовах зростаючої конкуренції за увагу аудиторії на глобальному ринку медіа.

Отже, досвід використання імерсивних форматів у тележурналістиці набуває все більш стратегічного значення, адже він інтегрує технологічні, організаційні та економічні інновації, що сприяють формуванню нового рівня взаємодії між медіа та аудиторією. Ці трансформації дозволяють не лише покращити сприйняття інформації, але й створюють передумови для подальшої

еволюції цифрових медіа та забезпечення їх стійкого розвитку в умовах швидких змін сучасного інформаційного простору.[23]

РОЗДІЛ 2. Аналіз імерсивних засобів виразності в українській тележурналістиці

Дослідження імерсивних засобів виразності в українській тележурналістиці вимагає комплексного підходу, який поєднує аналіз контенту, порівняльний метод та емпіричні дослідження аудиторії. Для досягнення поставленої мети у цьому розділі дипломної роботи було обрано такі методи та підходи.

Об'єктом дослідження стали сучасні українські телепроекти, новинні сюжети та документальні програми, що активно використовують імерсивні технології. Вибір саме цього контенту зумовлений кількома факторами:

- зростаючою популярністю імерсивних технологій у вітчизняних медіа,
- активним використанням 360°-відео, інтерактивного монтажу та доповненої реальності (AR) у журналістських проєктах,
 - необхідністю дослідити, наскільки ці технології змінюють сприйняття інформації українськими глядачами.

Для аналізу було відібрано телепрограми таких українських каналів, як «Суспільне», «1+1», «ICTV», «24 канал», [19] а також проєкти незалежних медіаплатформ, що використовують імерсивні технології у подачі новин та документальних історій. [18]

Дослідження спирається на кілька методологічних підходів:

- Контент-аналіз – для вивчення конкретних прикладів використання імерсивних технологій у телевізійних сюжетах. Аналізується структура матеріалів, застосовані монтажні прийоми, способи інтеграції 360°-відео та AR-технологій.
- Порівняльний аналіз – дозволяє простежити відмінності між традиційним телерепортажем та імерсивним журналістським форматом, що сприяє визначенню переваг і викликів використання таких технологій.
- Метод медіастилістики – використовується для аналізу аудіовізуальних засобів виразності, включаючи операторську роботу, монтаж, графічні елементи та звукове оформлення.
- Емпіричний метод – передбачає вивчення реакції аудиторії на імерсивний контент шляхом аналізу соціальних опитувань, коментарів глядачів та даних щодо залучення (наприклад, тривалості перегляду відео, активності користувачів у взаємодії з інтерактивним контентом).

Застосування цієї методики дозволяє глибше зрозуміти механізми імерсивного впливу на аудиторію та оцінити ефективність таких технологій у контексті української тележурналістики.

2.1. Дослідження монтажних прийомів у сучасних телерепортажах та їх вплив на сприйняття глядачем

Монтаж є однією з найважливіших складових сучасного телерепортажу, що значно впливає на сприйняття інформації аудиторією. Він не лише визначає ритм та логічну послідовність подій, а й формує емоційний настрій, встановлює акценти та створює наратив, завдяки якому глядач отримує більш цілісне уявлення про висвітлювану подію.

Одним із ключових аспектів є вибір технічних засобів монтажу, який включає застосування динамічних переходів, ритмічної зміни кадрів, використання крупних планів, флешбеків та інших технік, що дозволяють синтезувати різноманітні елементи інформації в єдиний візуально та емоційно насичений ряд. Таке структуроване поєднання кадрів дає можливість не тільки показати лінійний розвиток подій, а й підкреслити важливі моменти, створюючи відчуття напруги або, навпаки, спокою в залежності від характеру сюжету.[47, с.55-60]

Монтажні прийоми відіграють ключову роль у формуванні суб'єктивного досвіду глядача. Вони можуть спричиняти різні емоційні реакції — від співчуття до занепокоєння, що безпосередньо впливає на сприйняття інформації. Наприклад, швидкі перехідні ефекти або короткі вставки з особистими свідченнями можуть підсилити відчуття невідкладності та драматизму, тоді як плавний ритм монтажу допомагає створити більш обдуманий, глибокий аналіз подій.

Сучасні дослідження демонструють, що монтаж є не лише технічним прийомом, а й потужним інструментом виразності, здатним впливати на когнітивну та емоційну реакцію глядачів. Завдяки сучасним технологіям, журналісти мають можливість експериментувати з новими формами редагування, що дозволяє розширювати межі традиційної телевізійної подачі новин. Ці інновації сприяють створенню інтерактивного простору, де глядач не просто спостерігає за подіями, а активно включається у їхнє осмислення.[33]

Монтаж відіграє ключову роль у тележурналістиці, формуючи динаміку, емоційний вплив та змістове наповнення репортажу. Основними прийомами є:

- Ритмічний монтаж – зміна темпу кадрів для створення напруги або спокійного роздуму.
- Нелінійний монтаж – використання флешбеків, асоціативних переходів.
- Кадровий контекст – акцент на деталях для підсилення емоцій.
- Динамічний монтаж – швидкі переходи для передачі терміновості подій.
- Символічний монтаж – використання метафоричних образів.

Приклади використання монтажних прийомів у телерепортажах

- Ритмічний монтаж у новинах «ТСН» (1+1) у репортажі про стихійні лиха застосовується чергування швидких кадрів руйнувань із коментарями експертів, що створює напружену атмосферу. [17]
- Нелінійний монтаж у документальному проекті «Суспільного» висвітлюючи історії військових, репортаж використовує флешбеки, показуючи моменти до і після подій, що додає глибини сприйняттю.
- Кадровий контекст у спецрепортажах «24 каналу» використання крупних планів облич учасників акцій протесту дозволяє підкреслити їхні емоції та напругу ситуації.[19]
- Динамічний монтаж у репортажах «ICTV» у матеріалах про надзвичайні події змінюється темп кадрів залежно від розвитку подій, що допомагає глядачу відчувати екстрену ситуацію.[18]
- Символічний монтаж у соціальних розслідуваннях «Бігус.Інфо» поруч із реальними кадрами розміщуються алегоричні образи (наприклад, розбите скло – як символ корупції), що підсилює меседж матеріалу.

Таким чином, сучасний монтаж у телерепортажах — це не просто техніка організації кадрів. Це складний процес, який формує емоційний контекст і активізує когнітивне сприйняття глядача. Він дозволяє не тільки

передавати факти, але й викликати емоційні реакції, створювати нові зв'язки між подіями і їх інтерпретацією, поглиблюючи розуміння того, що відбувається.[55, с. 90-95]

2.2. Приклади імерсивних технологій у сучасних телепроектах

Сучасні телепроекти все частіше використовують імерсивні технології для залучення глядачів, створення глибшого зв'язку з контентом та підвищення рівня емоційного сприйняття. Ці технології дозволяють не тільки вдосконалити традиційні телевізійні формати, але й створювати нові, захопливі медіа-простори, де глядач стає активним учасником подій, а не лише спостерігачем.

Імерсивні технології у сучасних телепроектах активно трансформують традиційну журналістику, відкриваючи нові можливості для залучення аудиторії. Нижче наведено кілька яскравих прикладів їх використання в сучасних телепроектах.

Телебачення завжди намагається не просто розповісти новину, а зробити так, щоб глядач її відчув. І монтаж — це якраз той «інструмент», за допомогою якого журналісти передають емоції, драматургію й настрій події. Особливо це помітно в репортажах, де події стрімко розвиваються, де багато героїв, різні емоції, звуки, рухи. [55, с.90-95]

Візьмімо, наприклад, сюжет ТСН про землетрус у Туреччині (випуск від 12 лютого 2023 року). На екрані — хаос: зруйновані будівлі, рятувальники, які кричать щось одне одному, плач людей. Кадри змінюються дуже швидко, що викликає тривогу. Але потім — пауза. Камера показує обличчя постраждалої жінки, що дивиться просто в об'єктив. Її погляд говорить більше, ніж слова. Саме через монтаж — різкий темп, а потім несподіване уповільнення — глядач проживає цю історію разом з героями.[17]

Інколи монтаж «грає» на контрастах. У сюжеті «Фактів ICTV» про евакуацію під час обстрілів (липень 2023 року) перша частина — це паніка, вибухи, швидкі кадри, а потім — тиша: евакуаційний центр, діти, що заснули

просто на підлозі, спокійний голос волонтерки. Такі переходи створюють емоційну глибину, яку важко було б досягти словами.[18]

А от журналісти The New York Times пішли далі — вони використовують доповнену реальність у своїх історіях. Наприклад, в одному з проєктів про міграцію, глядач через смартфон може переглядати 3D-моделі міграційних маршрутів — прямо на екрані свого телефона. Це не просто картинка — це взаємодія з інформацією, яка дозволяє краще зрозуміти її глибину та значення. [11]

Ще один приклад — сюжет «24 каналу» про повернення військових з полону. Тут монтаж побудовано так, що ми бачимо не просто офіційні кадри з зустрічі, а крупні плани: руки, які тремтять, очі, повні сліз, обійми. Ці моменти ніби «тягнуть» нас у середину події. Ми не просто дізнаємось, що сталося — ми це переживаємо.[19]

Не менш захопливо працює National Geographic. Наприклад, у проєкті Planet or Plastic? глядач може «пірнути» у світ океану, побачити його зсередини, спостерігати за тваринами й навіть відчувати вплив забруднення. Монтаж у таких відео дуже плавний, нагадує справжнє занурення. [13]

А в репортажі Sky News, присвяченому виборам у Великій Британії, використовуються інтерактивні віртуальні карти й дані. Там можна в режимі реального часу бачити, як змінюються результати, які регіони голосують інакше, ніж раніше. Це нова форма монтажу — не традиційна склейка кадрів, а монтаж даних, який працює на інформування та залучення. [14]

Цікавий досвід має і The Guardian. Вони створили VR-репортажі про протести у США та Гонконзі, де глядач може бачити все з погляду протестувальника. Ти стоїш у натовпі, чуєш крики, бачиш поліцію, тікаєш разом з іншими. Такий монтаж не залишає байдужим, адже глядач не просто дивиться на подію — він стає її частиною. [15]

Є навіть незвичніші формати — наприклад, "The 10th Life of a Cat", фільм, який дозволяє глядачу «стати котом». У цьому випадку монтаж створює враження, ніби ти дивишся на світ котячими очима: низький кут зору, рухи

камери, що відповідають рухам тварини, і звукове оформлення, яке імітує котячі відчуття. [16]

І, нарешті, один із найкрасивіших прикладів — «Inside the Vatican» від National Geographic. Тут камера веде глядача вузькими коридорами, внутрішніми двориками, залами, куди звичайний турист ніколи не потрапить. Створюється відчуття, що ти сам ідеш цими залами, що це твоя особиста подорож.

Всі ці приклади доводять, що імерсивні технології стають важливим інструментом у створенні нового типу телевізійного контенту. Вони дозволяють не лише розширити межі традиційного репортажу, але й створюють нові можливості для взаємодії з глядачем, підвищуючи рівень занурення в інформацію та надаючи глибше розуміння подій.

Також варто зазначити використання розширеної реальності (AR) в тележурналістиці. AR дозволяє накладати графічні елементи на реальне зображення, що створює ефект інтерактивності. Наприклад, у програмі "Sky News" віртуальні елементи (такі як графіки або анімовані схеми) активно інтегруються в прямі ефіри. Це дає можливість журналістам на місці подій не просто розповісти про ситуацію, а й візуалізувати складні дані, моделюючи різні сценарії розвитку подій. Цей підхід дозволяє зробити інформацію не лише більш зрозумілою, а й надає їй додаткової глибини, перетворюючи статичні новини на інтерактивний досвід для глядачів.[23]

Крім того, деякі сучасні проекти активно використовують штучний монтаж для залучення глядачів. Наприклад, проект "The Displaced" від The New York Times — це документальний фільм, створений з використанням віртуальних елементів і візуальних технологій. Глядач може вибирати різні перспективи зйомки та взаємодіяти з героями репортажу, що дозволяє більш глибоко зануритись у реальність біженців, а не лише спостерігати за їх історіями. Такий підхід створює відчуття присутності та дозволяє глядачам особисто досліджувати ситуацію, роблячи новини не лише більш емоційними, але й активними.

Українські телепроекти з імерсивними технологіями

- «Захар Беркут VR» (ICTV)

Приклад застосування імерсивних технологій у медіапросторі для популяризації історичного контенту. У межах промо-кампанії до однойменного фільму телеканал ICTV спільно з партнерами розробив VR-досвід, що дозволяв глядачам у буквальному сенсі «опинитися» в подіях XIII століття. Користувач, одягнувши VR-гарнітуру, потрапляв у віртуальну реконструкцію карпатського ландшафту — з панорамними видами гір, дерев'яними укріпленнями селища тухольців і військовим табором. У програмі були відтворені сцени побуту, підготовки до бою, а також ключові моменти битви з монголами, де глядач міг «стояти» поруч із героями, ніби перебуваючи серед них. Такий формат не просто доповнював традиційне сприйняття фільму, а й створював емоційне занурення, дозволяючи відчути себе частиною історії. Завдяки цьому досвіду аудиторія не лише дізнавалася більше про події, показані у фільмі, а й формувала особистісний зв'язок з українською культурною спадщиною. VR-інсталяція була представлена у громадських просторах та на телевізійних заходах, де кожен охочий міг протестувати її у спеціально обладнаній зоні. Це сприяло активному залученню молоді та підвищенню інтересу до української історії через сучасні технології.

- «Світ навиворіт» (1+1) з 360°-відео

У межах окремих випусків Дмитро Комаров і команда проєкту знімали додаткові відео у форматі 360°, доступні для перегляду на YouTube-каналі шоу або через VR-гарнітури. Наприклад, у спецвипуску з експедиції до джунглів Амазонки глядач отримувал можливість «повернути голову» в будь-який бік і самостійно обирати, куди дивитися: на ведучого, який розповідає про отруйних жаб, чи на гущавину тропічного лісу з дикою природою. В іншому епізоді — з Гімалаїв — камера 360° була закріплена на шоломі Дмитра під час підйому на висоту понад 5 000 метрів. Завдяки цьому глядач міг відчути висоту, подолання складного маршруту, відчути вітер, шум кроків по снігу й навіть подих ведучого — все це створювало максимальний ефект присутності. Формат

дозволяв не лише пасивно спостерігати, а й брати активну участь у сприйнятті сюжету, взаємодіючи з відео в реальному часі. Це посилювало емоційне залучення аудиторії та перетворювало традиційний телевізійний перегляд на захопливу цифрову подорож.

- Інтерактивні новини від «Суспільного»

«Суспільне мовлення» з елементами доповненої реальності стали прикладом застосування імерсивних технологій у суспільно-політичному мовленні. Зокрема, під час президентських та парламентських виборів команда «Суспільного» представила новинні матеріали з інтерактивною візуалізацією виборчого процесу. Глядачі, які встановили мобільний додаток «Суспільне AR», могли навести камеру смартфона на спеціальний маркер (наприклад, QR-код на екрані чи в друкованому матеріалі), після чого на екрані з'являлася тривимірна карта України з поділом на округи, а результати підрахунку голосів оновлювалися в реальному часі. Глядач міг самостійно обирати область, масштабувати карту, вивчати рейтинги кандидатів, а також бачити інфографіку з поясненням процедур голосування — усе це у форматі доповненої реальності. Такий підхід перетворював перегляд новин на інтерактивну взаємодію, допомагав краще зрозуміти хід виборів і підвищував довіру до інформації завдяки наочному та динамічному поданню даних. Доповнена реальність не лише візуалізувала складну інформацію, а й робила її доступною, персоналізованою і більш залучальною.

Ідея впровадження доповненої реальності в новинний контент «Суспільного» виникла як відповідь на потребу залучати сучасну аудиторію, яка вже звикла до інтерактивного і візуально насиченого контенту, особливо через смартфони. За словами представників команди (зокрема, цифрового підрозділу «Суспільного»), підготовка до впровадження AR-технологій почалась задовго до виборів — у межах стратегії цифрової трансформації мовника. Натхненням для цього стали міжнародні приклади — BBC, Deutsche Welle, France24 — де доповнена реальність використовувалась для пояснення складних новинних тем. Команда «Суспільного» вирішила адаптувати цей

досвід до українського контексту, обравши вибори як найактуальнішу подію, яку складно пояснити лише текстом або графікою на екрані.

- «Україна 24» та інтерактивна аналітика

У період загострення ситуації на сході України у 2021 році телеканал «Україна 24» почав активно використовувати анімаційні 3D-карти та інтерактивні графіки у своїх аналітичних випусках. Наприклад, у студійному сегменті про ескалацію поблизу Авдіївки, журналісти в реальному часі показували об'ємну 3D-модель зони бойових дій, на якій демонстрували рух техніки, позиції ЗСУ та сепаратистських угруповань, орієнтовні траєкторії обстрілів і зміни лінії фронту. Модель інтегрувалась у студійний простір за допомогою віртуальної графіки (AR) — ведучий ніби «переміщався» всередині карти, пояснюючи події. Такий підхід дозволяв глядачам краще візуалізувати хід подій, а також зрозуміти їхній контекст без складної термінології. Цей формат поєднував живий ефір, аналітичні коментарі та мультимедійний супровід, підвищуючи рівень залученості та емоційного сприйняття інформації.

- «Мандруй Україною з Дмитром Комаровим» (1+1) з AR-елементами

У спецвипусках проекту «Мандруй Україною», присвячених культурним і архітектурним пам'яткам, команда Дмитра Комарова використала доповнену реальність (AR) для відтворення вигляду історичних споруд у минулому. Наприклад, під час епізоду, знятого у Кам'янці-Подільському, глядачам запропонували завантажити спеціальний мобільний додаток, за допомогою якого можна було через камеру смартфона навести на реальні руїни старовинного палацу — і побачити його віртуальну реконструкцію у первозданному вигляді. AR-графіка відображала, якими були фасади, куполи та внутрішній двір будівлі кілька століть тому. Цей ефект був досягнутий за допомогою попередньо змодельованих 3D-об'єктів, які накладалися на реальний ландшафт. Таким чином глядач не просто слухав історію, а буквально «бачив» її через екран, що суттєво підвищувало ефект присутності, зацікавленість аудиторії та сприяло популяризації національної спадщини.

Головна відмінність імерсивних технологій від традиційного контенту полягає у рівні залученості глядача. Тоді як звичайне відео лише транслює подію, VR, 360°-відео та AR дозволяють глядачеві самостійно обирати ракурси, переміщуватися у віртуальному просторі, взаємодіяти з даними та навіть впливати на хід сюжету.

Наприклад:

- У VR-репортажах глядач стає частиною події, відчуваючи себе на місці протесту або у центрі стихійного лиха.
- У AR-аналітиці новини стають більш доступними через інтерактивні 3D-графіки, які допомагають краще зрозуміти складні процеси.
- У 360°-відео людина не просто дивиться репортаж, а «переживає» його, змінюючи перспективу та глибше занурюючись у події.

Таким чином, імерсивні технології відкривають нову еру телебачення, перетворюючи його на інтерактивний простір, де глядач не просто отримує інформацію, а проживає її на власному досвіді.

У контексті розвитку імерсивних технологій не можна оминати й технології голограм, які вже використовуються деякими медіа-компаніями для створення новинного контенту. Так, проект "Hologram News" від телеканалу Japan's TV Asahi дозволяє переносити ведучих новин в студію у вигляді голограм, що додає нового виміру традиційним новинним передачам і створює більш футуристичний досвід для глядачів. Це не тільки інноваційний підхід до подачі інформації, але й спосіб зробити телевізійні передачі більш привабливими та технологічними.

Ці приклади показують, як імерсивні технології активно змінюють традиційний ландшафт тележурналістики, надаючи глядачам нові інструменти для взаємодії з контентом, сприйняття подій та глибшого занурення в атмосферу подій. Вони перетворюють телебачення з одностороннього засобу передачі інформації на двосторонній процес, де глядач не лише отримує інформацію, а й стає її активним учасником.

Ще одним цікавим прикладом використання імерсивних технологій у тележурналістиці є живі інтерактивні репортажі. Сучасні телекомпанії експериментують із інтеграцією глядацької взаємодії в реальному часі. Наприклад, деякі новинні канали проводять інтерактивні трансляції, під час яких глядачі можуть ставити запитання або навіть впливати на хід репортажу через інтеграцію з соціальними мережами або мобільними додатками. Такі інтерактивні формати дозволяють залучити аудиторію до активної участі в журналістських розслідуваннях або обговореннях, що дає можливість створювати більш персоналізований та динамічний досвід. Наприклад, під час важливих політичних подій чи природних катастроф користувачі можуть через чат або голосування впливати на те, які питання будуть обговорюватися в ефірі або які теми будуть розглянуті в наступних репортажах.

Цікавою тенденцією є також використання систем віртуальної моделі для інтерпретації складних подій або ситуацій, що можуть бути складними для сприйняття без візуальних допоміжних засобів. Наприклад, віртуальна реальність може бути використана для демонстрації складних наукових чи соціальних процесів, таких як кліматичні зміни, глобальні катастрофи або техногенні аварії. Такий підхід дозволяє не лише наочно показати, як зміни можуть впливати на наше середовище, але й допомагає створити більш наочне сприйняття тих чи інших подій, що полегшує розуміння для ширшої аудиторії. Для прикладу, проект “Climate Change VR” пропонує глядачам віртуально пережити потопи, торнадо або посухи, що дозволяє краще оцінити наслідки кліматичних змін на конкретних територіях.

Використання інтерактивних карт та географічних даних також є частиною імерсивних проектів у новинних передачах. Система AR (розширена реальність) дає можливість глядачеві взаємодіяти з картами та схемами, що супроводжують новини, з можливістю дізнатися більше про конкретні місця подій чи розуміти інші важливі фактори, що змінюють хід подій. Такі картографічні засоби допомагають знизити рівень абстракції, надаючи більше фактичних даних, що можуть бути легко зрозумілі без додаткових пояснень.

Протягом останніх кількох років стали активно використовуватись відеоігрові технології для створення нового досвіду споживання новин. Інтерактивні новини на основі технологій відеоігор дозволяють глядачеві не лише спостерігати за сюжетними лініями, а й активно впливати на розвиток подій. Наприклад, під час репортажів про вибори або важливі соціальні події глядачі можуть "вибирати" різні сценарії розвитку подій у реальному часі. Такі підходи не тільки розважають, але й активно залучають до процесу розуміння та формування власної думки.

Інший важливий аспект розвитку імерсивних технологій у сучасних телепроектах — це мікрофонна технологія 3D-звуку, що дозволяє глядачам відчувати себе на місці події завдяки передачі звукових ефектів з різних напрямків. Наприклад, програми та репортажі, що охоплюють спортивні події або військові змагання, з використанням такої технології дозволяють глядачам почути звук оточення (від кроків, звуків людей, руху предметів до відлуння в просторі), що не тільки підвищує реалістичність, а й робить сприйняття контенту більш динамічним. 3D-звук змінює емоційний спектр новин, даючи можливість більш глибоко зануритись у атмосферу репортажу.

Отже, імерсивні технології дозволяють тележурналістам не лише вдосконалювати традиційні форми подачі інформації, але й створювати нові, більш інтерактивні і захоплюючі формати. Вони відкривають перед журналістами можливість для розвитку нових наративів, де глядач не просто спостерігає, а й активно взаємодіє з контентом, що змінює класичні уявлення про те, що таке "новини". Ці інновації сприяють розвитку нових видів журналістики, в яких технології стають важливою складовою частиною передачі інформації та її інтерпретації.

Імерсивні технології також активно впроваджуються у реальність телевізійних ігор та шоу, що значно покращує досвід глядачів. Сучасні телешоу, зокрема ті, що поєднують елементи реаліті-шоу та інтерактивності, використовують імерсивні формати для залучення глядачів до участі в процесах, що відбуваються на екрані. Такі програми, як "The Voice" чи

“Survivor”, використовують елементи гейміфікації та дозволяють глядачам голосувати за учасників або навіть визначати їхню подальшу долю. Ці інтерактивні елементи можуть бути поєднані з реальними подіями, що дозволяє створювати більш інтегрований досвід для глядача, який не лише спостерігає, а й активно бере участь у процесах.

Крім того, з розвитком інтерактивних стрімінгових платформ, таких як Twitch чи YouTube Live, з'явилася можливість здійснювати прямі трансляції за допомогою імерсивних технологій, зокрема, віртуальної та доповненої реальності. Наприклад, під час великих спортивних подій або концертів використовуються спеціальні додатки для мобільних пристроїв або VR-окуляри, що дозволяють глядачам відчувати себе безпосередньо в центрі подій, "переміщуватися" по стадіону або навіть відчувати емоції учасників шоу. Це не лише покращує досвід, але й відкриває нові можливості для монетизації контенту через продаж віртуальних квитків, доступ до ексклюзивних видів трансляцій або спеціальних інтерфейсів для взаємодії.

Ще однією інновацією є застосування аналітики даних у поєднанні з імерсивними технологіями. Наприклад, у новинних телепроектах можуть використовуватися анімовані графіки або статистичні дані в реальному часі, які інтегруються в сюжет безпосередньо під час трансляції. Це дозволяє наочно і в реальному часі пояснювати складні економічні чи політичні процеси, візуалізувати статистику і вплив різних факторів на результат. Сучасні новини за допомогою таких технологій дають глядачам можливість бачити, як події змінюються і які наслідки вони можуть мати в майбутньому, що значно підвищує рівень їх взаємодії з інформацією.

Імерсивні технології також активно використовуються у створенні "життєвих сценаріїв" в новинних репортажах, зокрема під час висвітлення екологічних, соціальних чи гуманітарних криз. Тележурналісти створюють інтерактивні репортажі, в яких глядач може дізнатися більше про конкретну подію, вибираючи різні шляхи розвитку подій. Це дозволяє не тільки зробити новини більш наочними, але й дає можливість побачити ситуацію з різних

точок зору. Наприклад, репортажі про війни чи природні катастрофи можуть бути розширені інтерактивними картами, де глядач може самостійно досліджувати, як змінилася ситуація в різних районах, порівнювати прогнози і реальні наслідки подій.[45, с. 89-93]

Також важливим напрямком є використання мікро-інтерацій для підвищення залученості глядачів у контексті новинних передач або документальних фільмів. Наприклад, глядач може "натискати" на елементи сцени (кнопки, картки, діалоги) під час трансляції, щоб дізнатися додаткову інформацію чи переглянути конкретні моменти, що вони могли пропустити під час основної частини репортажу. Це дає можливість створити індивідуальний досвід перегляду, де кожен глядач може вибирати, що йому цікаво.

Імерсивні технології та алгоритми рекомендацій також сприяють персоналізації контенту. Застосування AI для аналізу інтересів та поведінки користувачів дозволяє створювати нові формати новин або телевізійних програм, які більш точно відповідають інтересам конкретного глядача. Це може включати в себе не лише рекомендації по вибору програм, але й зміну того, як подається інформація, наприклад, з більш акцентованими елементами, які підходять саме для певного користувача.[47, с.55-60]

Усі ці приклади показують, що імерсивні технології відкривають нові горизонти для тележурналістики, змінюючи не лише традиційні способи взаємодії з глядачем, але й даючи можливість журналістам створювати нові форми контенту, що вимагають активної участі та зацікавленості аудиторії. Вони дозволяють значно збільшити емоційне та інтелектуальне занурення глядачів, роблячи споживання новин більш інтерактивним, багатовимірним і персоналізованим.

Використання діджитал-двійників або цифрових копій реальних об'єктів також набирає популярності в тележурналістиці. Наприклад, в рамках новинних репортажів або документальних програм можуть використовуватися 3D-моделі міст, будівель або навіть людських організмів для пояснення складних ситуацій. У програмах, що висвітлюють техногенні катастрофи або

дослідження навколишнього середовища, такі моделі дозволяють показати точні й детальні зміни, що відбуваються в реальному світі. Ось чому такі інструменти стали особливо корисними при висвітленні природних катастроф, зміни клімату або вивчення історичних подій. Так, наприклад, у репортажах про землетруси чи повені, 3D-моделювання може продемонструвати рух води або зміщення земної кори, даючи глядачам більше розуміння того, як саме ці події відбуваються і який вплив мають на навколишнє середовище.

Іншим цікавим напрямом є використання гейміфікації в журналістичних проєктах для залучення глядачів у розслідування або інтерпретацію новин. В рамках цього підходу, замість того щоб просто спостерігати за розслідуванням або аналізом події, глядач може самостійно пройти через низку кроків або виборів, впливаючи на результат. Це дає можливість не тільки зробити процес сприйняття новин більш захоплюючим, а й допомагає глядачам краще зрозуміти складність певних ситуацій, з якими зіштовхуються журналісти. Наприклад, при висвітленні політичних скандалів чи виборчих кампаній, глядач може стати «учасником» цього процесу, опрацьовуючи факти, проводячи власні розслідування та роблячи висновки на основі доступної інформації.[58, с.91-97]

Один із яскравих прикладів використання інновацій у тележурналістиці — це 360°-відео. Такий формат перетворює глядача на активного учасника подій. Наприклад, у спеціальному репортажі ВВС з Індонезії, присвяченому наслідкам цунамі, камера дозволяє глядачеві самостійно обирати ракурс — подивитися, як рятувальники працюють серед руїн, чи звернути увагу на місцевих жителів. Завдяки цьому формується ефект присутності — замість пасивного перегляду новин, людина ніби опиняється всередині події.

Доповнена реальність (AR) відкриває нові способи візуалізації складної інформації. Наприклад, The New York Times у своєму AR-проєкті, присвяченому Олімпіаді, показав, як функціонує техніка спортсменів у реальному масштабі — прямо в кімнаті глядача через смартфон. Подібний формат можна використовувати й у новинах: демонструвати роботу системи

«Залізний купол» в Ізраїлі або пояснювати принцип дії вакцин під час пандемії. Доповнена реальність (AR) теж відкриває нові можливості для візуального пояснення складних тем. Наприклад, The New York Times у своєму AR-проєкті, присвяченому Олімпійським іграм, дозволив глядачам побачити, як функціонує техніка спортсменів у реальному масштабі прямо у своїй кімнаті — через екран смартфона. Схожий підхід можна адаптувати і до новинного контенту — скажімо, пояснюючи, як працює система «Залізний купол» в Ізраїлі, чи показуючи механізм дії вакцин під час пандемії.

Журналістика майбутнього — це ще й емоційне занурення. Наприклад, The Guardian створив VR-документалку про протести у Гонконзі, де глядач бачить події «очима» учасника протесту: навколо — шум, димові шашки, тиснява. Такі проєкти не лише інформують, а й викликають емоції, співпереживання. Уявімо український контекст — за допомогою подібної VR-технології можна було б передати атмосферу в укриттях під час повітряних тривог або показати реальність евакуації з прифронтових регіонів.

Іншим інструментом стає штучний інтелект (AI), що допомагає журналістам аналізувати великі масиви даних. Наприклад, Sky News у Великій Британії під час виборів у парламент використовує AI, щоби в режимі реального часу візуалізувати зміни результатів, автоматично генерувати графіку та розставляти акценти. Це прискорює монтаж і підвищує точність повідомлень. У подібному стилі працює і українська редакція «Суспільне», яка під час виборів інтегрувала в ефір інтерактивні візуалізації.

Зростає і роль стримінгових платформ. Наприклад, під час протестів у США багато ЗМІ, зокрема CNN, вели прямі трансляції з місця подій, і глядачі могли не лише дивитися, а й писати в чат, голосувати за питання до спікерів, що надає ефіру інтерактивності. На українських телеканалах це також стає нормою: «24 канал», «Громадське», «Суспільне» активно використовують live streaming у соцмережах, додаючи можливість спілкування глядача з ведучими в реальному часі.

Справжнім проривом стала журналістика, побудована на участі аудиторії. На платформі Instagram, наприклад, українські журналісти під час війни збирають свідчення очевидців через сторіз і прямі ефіри. Це приклад громадянської журналістики, де контент формує не тільки редакція, а й самі глядачі. Цікаво, що інколи такі свідчення потрапляють у репортажі великих медіа — як це сталося з відео мешканців Бучі чи Харкова, які фіксували наслідки обстрілів і публікували у TikTok або Telegram.

Ще одна важлива складова — мультимедійні інтерактивні платформи. Наприклад, проєкт «Explained» від Netflix поєднує анімацію, інтерв'ю та візуалізації в одному продукті. В Україні цей підхід використовують такі платформи, як «ТЕХТУ.org.ua», створюючи інтерактивні спецпроєкти про соціальні теми — міграцію, освіту, медицину. Наприклад, у проєкті «Смертність від COVID-19» користувач може самостійно досліджувати дані по областях, що поєднує журналістику і цифрову аналітику.

Усі ці приклади показують: сучасна тележурналістика більше не обмежується студійною камерою. Вона активно занурює глядача в події, емоції, процеси. Вона змінюється — і разом із нею змінюється і роль глядача: з пасивного спостерігача він стає активним учасником і навіть співавтором контенту.

РОЗДІЛ 3. Розвиток імерсивних технологій в тележурналістиці

3.1. Віртуальна та доповнена реальність у новинних форматах

Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) стають невід'ємними інструментами для формування нових підходів у створенні та споживанні новин. У контексті тележурналістики ці технології не тільки змінюють методи подачі контенту, але й дозволяють глядачам занурюватися у події, надаючи їм можливість переживати ситуації так, як якщо б вони були безпосередніми учасниками.

Віртуальна реальність (VR) забезпечує повне занурення у цифровий світ, де глядач може вільно переміщатися, обирати точки зору та інтерактивно взаємодіяти з контентом. У новинних форматах це дозволяє створювати інноваційні репортажі, де глядачі можуть потрапити в епіцентр подій, не будучи фізично присутніми. Наприклад, під час репортажів з місця надзвичайних подій чи зони бойових дій VR дозволяє глядачам отримати реалістичне відчуття перебування на місці, спостерігаючи події з різних ракурсів. Подібні проекти також можуть включати можливість переходу між різними рівнями події — від загального огляду до деталей, що дозволяє повніше зрозуміти контекст.

Доповнена реальність (AR), у свою чергу, дозволяє накладати віртуальні елементи на реальний світ, що значно розширює можливості для створення мультимедійного контенту. Використання AR у новинах дає змогу журналістам інтерактивно доповнювати трансляції додатковими даними, графіками, текстами або картами, що з'являються на екрані разом із відео. Такі новини виглядають більш динамічно, і, що важливо, дозволяють глядачеві отримати глибшу інформацію, одночасно з основним матеріалом.

Найбільший потенціал технологій VR та AR для тележурналістики з'являється при інтеграції з новими цифровими платформами. Поширення мобільних пристроїв, які підтримують VR-окуляри та можливість відтворення контенту у доповненій реальності через смартфони або планшети, дозволяє широкій аудиторії швидко адаптуватися до нових форматів подачі новин. Це

відкриває нові горизонти для використання інноваційних технологій у сучасній журналістиці, дозволяючи інтегрувати традиційні новини з сучасними цифровими форматами.

Важливим аспектом використання AR та VR у новинах є збереження етичних стандартів та достовірності інформації. При створенні імерсивних репортажів, особливо у контексті критичних подій (війни, природні катастрофи, соціальні потрясіння), необхідно забезпечити точність відображення ситуації, адже віртуальні елементи можуть спотворити реальність. Тому важливо дотримуватися високих етичних стандартів, щоб технології не стали інструментом маніпуляції або пропаганди.[43, с.21-27]

Таким чином, віртуальна та доповнена реальність надають нові можливості для розвитку сучасних новинних форматів, дозволяючи створювати більш інтерактивні, реалістичні та емоційно насичені репортажі. Ці технології роблять контент більш доступним і персоналізованим для кожного глядача, відкриваючи нові горизонти у подачі інформації, а також забезпечуючи можливості для більш глибокої взаємодії між медіа та аудиторією.

У контексті розвитку імерсивних технологій у новинах, важливо зазначити, що використання віртуальної та доповненої реальності не лише змінює спосіб подачі інформації, але й трансформує сам процес сприйняття новин аудиторією. Зокрема, технології віртуальної реальності (VR) відкривають нові можливості для створення інтерактивних репортажів, де глядач не просто спостерігає за подіями, а є їх активним учасником. Це дозволяє не лише відчувати атмосферу події, але й надає глядачеві можливість самому досліджувати навколишнє середовище та брати участь у її розвитку. Наприклад, під час репортажу про природну катастрофу, глядач може фізично переміщатися по території, оглядати різні точки події, а також отримувати додаткову інформацію про наслідки катастрофи чи соціальні ініціативи, що були спрямовані на допомогу постраждалим.[44, с.36-42]

Особливістю доповненої реальності (AR) є можливість інтеграції віртуальних елементів у реальний світ, що дозволяє створювати глибші і

багатошарові враження для глядачів. Наприклад, в новинних форматах AR може використовуватись для створення динамічних інфографік, реальних карт, схем та графічних елементів, які доповнюють новини. Такий підхід надає можливість глядачам швидше розуміти складні ситуації, а також зберігати інформацію в контексті подій, підвищуючи інформативність та доступність контенту.

Мультимедійні формати, що поєднують віртуальну та доповнену реальність, також дозволяють створювати нові типи репортажів, які надають більше взаємодії з контентом. Наприклад, у репортажах, що висвітлюють соціальні чи культурні події, глядач може не лише спостерігати за зображеннями, а й отримувати текстові та графічні дані у реальному часі, які допомагають краще зрозуміти події. У ситуаціях, коли важлива інформація повинна бути швидко надана для широкої аудиторії (наприклад, під час політичних дебатів або кризових ситуацій), AR дає можливість упродовж трансляції доповнювати відео необхідними додатковими елементами, такими як ключові факти, цитати чи аналітичні дані, що значно покращує сприйняття новин.[43, с.21-27]

Водночас технології віртуальної та доповненої реальності, які дозволяють створювати більш персоналізований досвід, починають активніше використовуватись для розвитку мобільних та онлайн-платформ. Це особливо актуально для тележурналістики, де традиційний підхід до подачі новин через телеекрани поступово змінюється на інтерактивні мобільні додатки чи онлайн-ресурси, здатні залучити аудиторію до глибшої взаємодії з контентом. Наприклад, деякі новинні агентства використовують віртуальні тури по важливих місцях або подіях, доступні через мобільні додатки, що дозволяє глядачам занурюватись у події не лише через зображення, але й шляхом особистого взаємодії з простором та контекстом.

Особливу увагу слід приділити також ефективності комунікації через VR та AR технології. Коли новини представлені через ці платформи, спостерігач отримує значно глибший рівень залученості та емпатії до висвітлюваних подій. Зокрема, таке занурення в контент дозволяє значно посилити емоційну складову

новини, що в свою чергу збільшує вплив на глядача та сприяє кращому розумінню складних чи контроверсійних ситуацій.

Незважаючи на численні переваги, які дають віртуальна та доповнена реальність, вони також несуть із собою виклики для тележурналістики. Одним із важливих аспектів є етичне використання цих технологій. Наприклад, створення 3D-анімацій чи маніпулювання реальними картинками та відео може призвести до недостовірного або викривленого зображення подій. Це вимагає чітких стандартів і обережності в застосуванні таких технологій, щоб не втратити довіру аудиторії. Окрім того, використання AR і VR потребує значних технічних і фінансових ресурсів, що також може стати бар'єром для невеликих медіа компаній.

Загалом, поєднання віртуальної та доповненої реальності у новинах відкриває нові горизонти для створення динамічних і інтуїтивно зрозумілих форматів контенту, що дозволяє глядачам не лише бути спостерігачами, а й активними учасниками подій, що висвітлюються. Цей підхід значно розширює потенціал медіа-комунікації в сучасному світі, де швидкість та точність інформації є критично важливими для ефективної взаємодії з аудиторією.

Розвиток віртуальної та доповненої реальності в новинних форматах відкриває нові можливості не тільки для занурення в події, але й для побудови глибшої емоційної та інтелектуальної взаємодії між глядачем і медіа. Однією з основних переваг цього підходу є те, що він дозволяє створювати візуальні та аудіальні стимули, які можуть адаптуватися до реакцій та поведінки глядача. Завдяки інтеграції елементів штучного інтелекту (AI), віртуальні новини можуть динамічно змінюватися залежно від того, як користувач взаємодіє з контентом.

Наприклад, у новинах, що висвітлюють соціальні або природні катастрофи, використання реальних 3D-карт та моделювання ситуацій в режимі реального часу дозволяє глядачу отримати глибше розуміння не лише події, а й її наслідків. Такий формат дозволяє візуалізувати прогнози, як катастрофа може розвиватися в майбутньому, створюючи унікальні можливості для проведення освітніх кампаній або попередження про можливі ризики.

Іншим прикладом є застосування інтерактивних карт у телерепортажах про політичні події, де глядач має змогу самостійно вибирати регіон, який його цікавить, та дізнаватися про останні зміни в політичному ландшафті. Це дає можливість побудувати індивідуалізовану картину подій, яка не лише відповідає інформаційним запитам, але й допомагає усвідомлювати масштаб ситуації. Такий підхід дозволяє глядачу більше усвідомлювати не тільки "що сталося", але й "як це стосується мене" або "як я можу вплинути на це".

У новинних репортажах, що стосуються культурних подій чи історичних досліджень, AR дозволяє глядачам не просто дивитися на фотографії або відео, а й взаємодіяти з ними. Наприклад, музейні експонати або важливі історичні події можуть бути представлені за допомогою доповненої реальності так, що глядачі можуть бачити ці об'єкти не тільки у вигляді звичних фотографій, але й в контексті тієї епохи, взаємодіяти з ними та отримувати додаткові факти та історії, що підсилюють емоційний ефект від перегляду.

У зв'язку з цим, нові формати віртуальної та доповненої реальності можуть також стати потужним інструментом викладання новин в освітньому контексті. Наприклад, при подачі складних економічних новин чи наукових відкриттів, використання AR-візуалізацій дозволяє створити зрозумілу картину, що полегшує сприйняття складних концептів і підвищує їх засвоєння глядачами різного рівня підготовки.

Ще одним новим напрямом є синхронізація AR та VR із соціальними мережами. Такі інтерактивні елементи дозволяють глядачам миттєво ділитися власними переживаннями з іншими користувачами, обговорювати події в реальному часі, що сприяє створенню колективного досвіду. Наприклад, у новинах про важливі спортивні події, глядачі можуть спільно спостерігати за подіями та обговорювати їх через хештеги, коментарі або навіть коментувати кожен деталь, що відображається у віртуальному середовищі.

Використання віртуальної та доповненої реальності може також змінити саму концепцію мобільних новин. Замість традиційного перегляду новин через телевізор чи мобільні додатки, де глядач залишається пасивним спостерігачем,

нові технології дозволяють більш активно взаємодіяти з контентом. Наприклад, через спеціальні мобільні платформи та VR-окуляри, користувач може повністю зануритись у новину і стати частиною події, переміщуючись у різних точках події, чи навіть змінюючи хід її розвитку, вибираючи, на що звернути увагу.

Таким чином, використання віртуальної та доповненої реальності в новинних форматах допомагає медіа не тільки змістовно збагачувати інформаційний контент, але й сприяти розвитку нових способів комунікації, що відповідають потребам сучасної аудиторії, яка все більше шукає інноваційні та інтерактивні способи взаємодії з новинами.

Зі збільшенням використання віртуальної та доповненої реальності в новинних форматах з'являються нові перспективи для створення поглиблених журналістських матеріалів, які надають глядачеві не тільки інформацію, а й дозволяють переживати події через нові сенсорні відчуття. Віртуальна реальність (VR) може бути використана для реконструкції подій, які відбулися в минулому, що дозволяє аудиторії зануритися в атмосферу певного історичного моменту, відчути його на собі.[43, с.21-27]

Одним із таких прикладів є новини про природні катастрофи, де віртуальна реальність дозволяє створити 3D-моделі зруйнованих міст, що дає змогу не тільки побачити масштаби катастрофи, але й відчути її через інтерфейси на кшталт "переміщення" по місцях, де відбулися події. У результаті глядач не просто отримує інформацію про трагедію, а має змогу пережити її, що збільшує емоційну віддачу від перегляду і може створити глибший вплив на формування громадської думки щодо необхідності заходів для запобігання подібним катастрофам у майбутньому.

У рамках таких проектів використовуються інтерактивні інтерфейси, що дозволяють користувачу вибирати, які аспекти події він хоче дослідити. Наприклад, у новинах про кризу біженців можна навести інтерактивні карти з відображенням шляхів міграції, а також створити 3D-моделі таборів, де біженці можуть показати, через що їм доводиться проходити в пошуках безпеки. Це дозволяє не тільки спостерігати за подіями, але й формувати глибше

співпереживання, що стає важливим інструментом соціальної та політичної мобілізації.[34, с.1-8]

Сучасні доповнені реальності (AR) інструменти в новинах можуть використовувати технології глибинного навчання для аналізу та моделювання даних у реальному часі. Наприклад, за допомогою додатків AR новини можуть бути доповнені статистичними даними, графіками, картами, що змінюються безпосередньо під час перегляду. Таким чином, глядач отримує не тільки картину події, а й візуалізацію її наслідків, що значно покращує розуміння складних тем, таких як економічні процеси або геополітичні конфлікти.[43, с. 21-27]

Крім традиційних новинних форматів, такі інструменти дозволяють створювати нові жанри медіапроектів, наприклад, аналітичні шоу, де за допомогою VR чи AR глядач може побудувати свою власну картину події, спостерігаючи за різними версіями того, що відбулося, або взаємодіяти з даними в реальному часі.

Застосування таких технологій у журналістиці не тільки підвищує якість подачі матеріалів, а й змінює саму суть новин, роблячи їх більш інформативними, доступними і емоційно насиченими. Віртуальна та доповнена реальність відкривають перед медіа нові можливості для подачі сучасної інформації, роблячи її більш динамічною та персоналізованою, що допомагає задовольняти потреби глядачів у все більш інтерактивному і наочному контенті.

Хоча технології VR та AR вже впроваджуються в новинні формати, їхній потенціал у журналістиці далеко не вичерпано. У найближчі роки варто очікувати не просто використання 3D-графіки чи ефекту присутності, а повноцінного переходу до інтерактивних новинних середовищ. Наприклад, глядач зможе "увійти" в новину як у відеогру — переміщатися між локаціями подій, спілкуватися з віртуальними свідками або переглядати архівні кадри у вигляді голограм. Одним із прогнозованих напрямів розвитку є поява індивідуалізованих новинних стрічок у VR, де користувачі зможуть обирати, які сюжети проглядати в інтерактивному форматі, формуючи власний «віртуальний

ефір». У такому середовищі журналістика отримає нову форму — не лише репортаж, а й візуалізований наратив з багатьма рівнями глибини.

Доповнена реальність у новинах майбутнього може стати частиною повсякденного інтерфейсу. Уявімо окуляри чи лінзи, через які в реальному часі транслюється важлива інформація — наприклад, візуалізація руйнувань поруч із користувачем або цифрові мітки над спорудами, які потрапили у зону обстрілу. Завдяки цьому споживання новин стане невіддільною частиною фізичного простору людини. Ще одним важливим напрямом стане поєднання VR/AR з штучним інтелектом. Журналістика майбутнього зможе автоматично створювати віртуальні симуляції подій — наприклад, реконструкцію катастроф, судових процесів чи бойових дій на основі відкритих даних, супутникових знімків і свідчень. Це дозволить не лише повідомляти про події, а й верифікувати інформацію через візуальний аналіз. Таким чином, VR та AR у журналістиці — це не лише про видовищність, а й про нову форму пізнання світу через медіа. У перспективі вони можуть трансформувати не лише спосіб подання новин, а й саму природу журналістської роботи: від збору даних до їх подання в об'ємному, динамічному та емоційно насиченому середовищі.

3.2. Використання 360°-відео та інтерактивного монтажу

360°-відео дозволяє створювати враження повної присутності у події, оскільки глядач може змінювати точку зору і вибирати, на що звернути увагу. Такий формат відео передає більше деталей, ніж традиційне зображення, оскільки камера охоплює все навколо, а глядач може самостійно вибирати, в якому напрямку дивитись. Це дозволяє створити більш повне і насичене відчуття події, роблячи її більш реалістичною і динамічною. Наприклад, при висвітленні великих подій, таких як масові протести чи природні катастрофи, 360°-відео дозволяє глядачу не лише бачити те, що відбувається в одному місці, а й спостерігати за іншими аспектами події: людськими реакціями, змінами в навколишньому середовищі або навіть відчувати атмосферу, яка панує в різних точках події.

У майбутньому 360°-відео вийде за межі лінійного відтворення подій і трансформується в повноцінний інструмент вільної навігації по інформації. Глядач зможе не просто оглядати сцену навколо себе, а й впливати на хід подій у кадрі — обирати, яку сюжетну лінію розгортати, який із варіантів розвитку новини досліджувати глибше, або ж переміщуватись між часовими пластами — «до» та «після» події. Це наблизить новинне відео до імерсивної документалістики нового покоління, де монтаж буде не статичним, а адаптивним — тобто автоматично змінюватиметься відповідно до реакцій, запитів і навіть емоційної відповіді користувача, зчитаної за допомогою технологій біофідбеку.

Інтерактивний монтаж також набуде нових функцій. Монтажні програми майбутнього зможуть працювати в реальному часі на основі штучного інтелекту, пропонуючи користувачу кілька альтернатив подання події — від аналітичного пояснення до емоційної реконструкції. У такій моделі аудиторія стає редактором свого власного інформаційного досвіду. Також очікується поява спільного перегляду 360°-репортажів у віртуальних просторах, де глядачі можуть коментувати подію, спілкуватися одне з одним у VR-середовищі, аналізуючи новину колективно. Це виведе журналістику на новий рівень соціальної взаємодії — новина як подія, в якій можна брати участь у прямому чи відкладеному режимі. Таким чином, 360°-відео та інтерактивний монтаж перестають бути лише технічними інноваціями. Вони стають основою нової журналістської мови, яка дозволяє не лише передавати інформацію, а й моделювати інформаційний простір, де глядач — не споживач, а активний дослідник реальності.

Завдяки такій інтерактивності глядач може вибирати, що для нього є найбільш важливим або цікавою частиною події, що значно підвищує емоційне залучення. Наприклад, при перегляді новин про природну катастрофу або соціальний протест глядач може особисто обирати, чи хоче він детальніше розглянути руйнування, чи подивитися на реакцію постраждалих, чи, можливо, звернути увагу на відображення політичної ситуації в цей момент. Це робить

360°-відео не лише способом передачі інформації, а й засобом інтерактивної участі, що дає можливість кожному глядачу побудувати власну картину події.

Використання інтерактивного монтажу в поєднанні з 360°-відео дозволяє не тільки змінювати точку зору, але й інтегрувати різноманітні медіа-формати в одну інтерактивну сесію. Це може включати текстові коментарі, анімації, графіки, карти або відео, які надаються глядачеві в реальному часі, додатково збагачуючи сприйняття події. Інтерактивний монтаж може також містити варіанти для глядачів, які хочуть слідкувати за певними лініями подій або звертати увагу на конкретні аспекти ситуації.

Наприклад, під час новинного репортажу про політичний конфлікт інтерактивний монтаж може показувати паралельні лінії розвитку подій: в одному вікні глядач може стежити за урядовими заявами, в іншому — за протестами на вулицях, а в третьому — за реакцією міжнародної спільноти. Це дозволяє глядачу зануритись у багатогранність ситуації, слідкуючи за різними її аспектами одночасно, та робить інформацію більш повною і відкритою.

У поєднанні з технологіями виробництва 360°-відео інтерактивний монтаж створює ще більші можливості для поглибленого занурення глядача в контекст новин. Використання таких технологій дозволяє створювати контент, який за своєю суттю змінює саму концепцію традиційного споживання медіа: глядач стає активним учасником, а не просто спостерігачем.

Такий формат контенту може мати велике значення в контексті освітніх програм, історичних реконструкцій чи соціальних досліджень, де глядачі можуть не тільки сприймати інформацію, але й активно взаємодіяти з нею. Це дозволяє більш глибоко зрозуміти різні аспекти події та брати участь у її інтерпретації, створюючи нові формати навчання та взаємодії з новинами.[67, с.47-52]

Одним із основних переваг використання 360°-відео та інтерактивного монтажу є створення нових форм мультисенсорного досвіду, який поєднує не лише зорові та слухові відчуття, але й може використовувати тактильні елементи або навіть відгуки на рухи глядача. Візуальне занурення у середовище за допомогою 360°-відео, коли глядач може вільно переміщатися у просторі події,

може поєднуватися з інтерактивними функціями, такими як використання сенсорних екранів, де через дотики можна прокласти власний маршрут або отримувати додаткову інформацію про об'єкти в кадрі

Технологія інтерактивного монтажу дозволяє створювати динамічні, що адаптуються до потреб аудиторії, новинні формати, де глядач сам вирішує, як розвиватиметься сюжет. Важливою особливістю такого формату є можливість для аудиторії впливати на хід подій або візуалізацію інформації, створюючи відчуття, що кожен глядач є активним учасником процесу. Така інтерактивність може бути важливою для прогресивних журналістських практик, орієнтованих на інклюзивність і персоналізацію контенту.

Одним із прикладів використання інтерактивного монтажу в новинах може стати формат, де глядач може вибирати, які аспекти події він хоче дослідити глибше, — наприклад, у новинах про глобальні економічні зміни глядач може самостійно вибрати візуалізацію для розуміння конкретних макроекономічних показників, зокрема графіки чи карти. Інтерактивний монтаж також може включати додаткові відео чи пояснення для тих, хто хоче більш глибоко розібратися в контексті події або теми.

Крім того, завдяки використанню технології реального часу, інтерактивний монтаж здатен миттєво адаптуватися до змін у сюжеті, що може бути особливо важливим під час трансляцій новин або подій, що відбуваються в реальному часі. Наприклад, у новинних репортажах про надзвичайні ситуації або політичні зміни інтерактивні елементи можуть одразу змінюватися в залежності від розвитку подій. Це дає можливість глядачеві стежити за кількома лініями подій одночасно та вибирати найбільш важливі для себе елементи. Також можна в режимі реального часу включати в сюжет оновлення або інтегрувати додаткову інформацію, таку як статистичні дані чи соціальні мережі, що реагують на події.

Додатково інтерактивний монтаж дає можливість змішувати різні медіа формати в одному відео, комбінуючи анімацію, інфографіку, текстові вставки та живі репортажі. Така інтеграція збагачує інформаційний контекст, роблячи

новини більш доступними і розширеними для сприйняття глядачами з різними інтересами та рівнем обізнаності.

Для нових типів журналістики, таких як проектний репортаж або документальні дослідження, інтерактивний монтаж відкриває нові горизонти в розповіді історій. Глядач не лише отримує традиційну інформацію про події, а й активно долучається до процесу, інтегруючи власне сприйняття в досліджувану проблему. Це створює нові можливості для поглибленого розуміння та взаємодії з контентом, роблячи журналістику більш діалектичною та дієвою.[69]

Таким чином, використання 360°-відео та інтерактивного монтажу в тележурналістиці не лише дозволяє глядачам зануритися в події, а й робить їх активними учасниками медіапроцесу. Завдяки таким технологіям новини стають більш інформативними, доступними і особистісно орієнтованими, що відкриває нові можливості для створення глибоких та інтерактивних журналістських матеріалів.

Завдяки інтерактивним можливостям 360°-відео та інтерактивного монтажу, медіапростір зазнає значних змін. Ці технології дозволяють глядачам не лише отримувати інформацію, але й активно взаємодіяти з контентом, створюючи персоналізований досвід споживання новин. Наприклад, під час трансляції важливої новини про стихійне лихо, інтерактивний монтаж може в реальному часі пропонувати глядачеві можливість вибору різних перспектив, наприклад, показати карту, яка демонструє географічне поширення катастрофи, або надати доступ до статистики про наслідки події. Крім того, глядач може мати можливість переглядати кадри з різних точок зору, що дозволяє створити повну картину події.

Інтерактивні елементи також можуть забезпечити візуалізацію даних на основі інформації, яка постійно оновлюється. Наприклад, в умовах подій на фондових ринках або політичних криз, новинний контент може оновлюватися в реальному часі, автоматично інтегруючи зміни у фінансові показники, соціальні тренди або популярні запити у медіапросторі. Завдяки цьому, інтерактивний формат дозволяє глядачеві зберігати контроль над тим, що він хоче побачити, а

також отримувати найактуальнішу інформацію без потреби перемикати канали чи шукати додаткові джерела.

Особливістю інтерактивних технологій є те, що вони змінюють традиційну структуру новинного сюжету, додаючи до нього елементи інтерактивної розповіді. У цьому контексті інтерактивний монтаж здатен забезпечити мультиканальне сприйняття, коли глядач може не тільки дивитися відео, а й включати візуальні елементи, додаткові інфографічні шари чи навіть взаємодіяти з аудіо. Наприклад, аудиторія може бути запрошена обирати між різними версіями інформації — одну, засновану на фактах, іншу, на основі відгуків учасників події, а ще одну, що включає думки експертів. Такий формат дає можливість створювати багатовимірний контент, в якому кожен глядач має змогу сформулювати власну точку зору, комбінуючи різні аспекти сюжету.

Ще одна важлива характеристика інтерактивних технологій у новинах — це їх здатність адаптуватися до індивідуальних переваг глядачів. Інтерактивність дозволяє користувачам адаптувати контент до їхніх інтересів, вибираючи, яке саме зображення або інформація є найбільш корисною для їхнього розуміння подій. Наприклад, під час міжнародної політичної кризи інтерактивні новини можуть дозволити глядачу обирати, чи хоче він слідкувати за останніми заявами урядів, або зосередитись на поглядах громадськості та соціальних рухах, що виникають в результаті цього конфлікту.

Віртуальна та доповнена реальність також відіграють важливу роль у інтерактивному форматі тележурналістики. Технології VR і AR дозволяють глядачам не лише спостерігати за подіями, а й буквально «занурюватися» в них. Враховуючи, що такі технології здатні зображати повноцінне оточення в реальному часі, це дає можливість отримати досвід, який нагадує переживання реальної ситуації. У разі репортажу з місця катастрофи глядач може опинитися в самому центрі подій, пережити атмосферу через віртуальне оточення, а також пройти через інтерактивні елементи, такі як спілкування з місцевими жителями або волонтерами, які надають допомогу.

У цьому контексті, глядач вже не є пасивним спостерігачем новин, а стає активним учасником події. Це не лише дозволяє краще відчувати глибину ситуації, але й сприяє вищому рівню емоційного залучення, що, в свою чергу, може збільшити усвідомлення і зацікавленість щодо важливих подій. Інтерактивність, що включає VR і AR, надає нові можливості для освітніх проєктів та журналістських розслідувань, де можливість детально розглянути ситуацію з кількох точок зору може допомогти аудиторії краще зрозуміти складні соціальні, політичні або економічні питання.

Таким чином, використання 360°-відео та інтерактивного монтажу відкриває нові горизонти для розвитку тележурналістики. Ці технології дають змогу створювати більш динамічні, взаємодійні та персоналізовані новини, в яких глядачі не лише отримують інформацію, але й стають активними учасниками процесу, що значно змінює традиційний підхід до медіа.

Однією з важливих характеристик використання 360°-відео та інтерактивного монтажу є можливість адаптації новинного контенту під інтереси і потреби різних груп аудиторії. За допомогою інтерактивних елементів, новинні програми здатні включати в себе різні варіанти подачі однієї і тієї ж події, що дозволяє охопити більше аспектів ситуації і представити її з різних точок зору. Цей формат особливо актуальний для складних міжнародних новин, де для повного розуміння ситуації необхідно враховувати політичні, економічні та соціальні фактори, що впливають на розвиток подій.

Технології 360°-відео також дають можливість для глибшого занурення в реальні сценарії, як-от репортажі з місця катастрофи або вражаючі документальні проєкти. Використовуючи камери з панорамним оглядом, журналісти можуть дозволити глядачам не лише спостерігати за подією, але й «переміщатися» по території катастрофи чи місці злочину, що створює враження реальної присутності. Таким чином, глядач може почувати себе частиною події, що наближає сприйняття інформації до особистого досвіду.

Для значної частини сучасної аудиторії інтерактивний підхід не лише дозволяє «переживати» події в новинах, але й отримувати інтерактивні

інструменти для глибшого розуміння контексту. Наприклад, замість того щоб лише сприймати новину про політичну подію, глядач може взаємодіяти з контентом через додаткові матеріали — знімки, карти, інфографіку або статистику, які можуть допомогти краще зрозуміти економічні та соціальні наслідки.

Також варто зазначити, що інтерактивний монтаж і 360°-відео дозволяють створювати персоналізовані новини, де глядач може самостійно вибирати, які аспекти події йому цікавіші. Це сприяє створенню більш індивідуалізованого досвіду, оскільки кожен користувач отримує можливість вибору між різними форматами подачі новин, що покращує сприйняття і залучення до контенту.

Особливо важливими є можливості інтерактивних технологій у рамках вирішення глобальних проблем. Коли мова йде про важливі соціальні ініціативи або екологічні кризи, інтерактивні елементи дозволяють глядачам краще усвідомити масштаб проблеми. Наприклад, за допомогою 360°-відео можна показати наслідки глобального потепління або виснаження природних ресурсів, занурюючи глядача у віртуальну реальність, яка є максимально наближеною до реального світу. Такі інструменти дозволяють створювати потужний емоційний відгук, що може спонукати до дій.

У контексті новинних форматів, інтерактивні технології також відкривають нові можливості для взаємодії між журналістами та аудиторією. Наприклад, при використанні чат-ботів або інших інтерактивних інтерфейсів, журналісти можуть проводити опитування чи збирати запитання від глядачів у реальному часі, що дозволяє включати їх в обговорення під час прямого ефіру. Таким чином, новини стають не лише предметом споживання, а й платформою для активної участі та дискусії.

Враховуючи ці переваги, можна з упевненістю стверджувати, що 360°-відео та інтерактивний монтаж значно трансформують традиційний підхід до журналістики, дозволяючи створювати гнучкіші, динамічніші і активніші новини, де глядачі стають не лише спостерігачами, а й учасниками подій. Цей

розвиток технологій є важливим кроком у напрямку до персоналізації медіа та збільшення залученості аудиторії в процес подачі новин.

Сучасні інтерактивні технології, зокрема 360°-відео та інтерактивний монтаж, відкривають нові горизонти не лише для змісту журналістики, а й для самих форматів новин. Технологія 360°-відео дозволяє не просто переглядати події, а й фактично «переміщатися» в саму гущу подій, що дає можливість не тільки бути свідком, але й активно взаємодіяти з тим, що відбувається. З точки зору журналістики, це є еволюцією традиційного репортажу, коли камера стає не лише засобом документування, але й активним інструментом взаємодії з глядачем.

Нові технології також дозволяють по-новому підходити до подачі важких тем — таких, як природні катастрофи, соціальні кризи, війни та глобальні екологічні катастрофи. Завдяки 360°-відео глядач може зануритися в атмосферу події, побачити її в деталях, що додає емоційної інтенсивності та глибини. Наприклад, репортаж з місця екологічної катастрофи, знятий у форматі 360°, дозволяє не тільки побачити масштаби руйнувань, але й на власні очі оцінити стан довкілля, що значно підвищує імпакт на глядача.

З використанням інтерактивного монтажу журналісти отримують можливість створювати «гнучкі» новини, які можуть змінюватися в залежності від того, який аспект події цікавить конкретного глядача. Наприклад, в одному і тому ж репортажі про природну катастрофу можна зробити доступними різні перспективи — технічний аналіз, людські історії, інтерв'ю з постраждалими та фахівцями, а також подати хронологію події в різних варіантах. Це дозволяє кожному глядачу вибрати найбільш цікавий для себе фрагмент новини, тим самим підвищуючи ступінь особистої залученості до події.

Також важливим аспектом інтерактивного монтажу є можливість адаптувати новини під різні платформи. Використання 360°-відео і інтерактивних елементів відкриває широкі можливості для адаптації новин під мобільні пристрої, планшети, шоломи віртуальної реальності, а також спеціалізовані додатки для AR (доповненої реальності). В результаті цього

новини стають доступними не лише для традиційного телебачення, а й для нових мультимедійних форматів, що значно збільшує їх охоплення та доступність для аудиторії.

Перспективи розвитку інтерактивних технологій у новинному форматі можна вбачати також у створенні платформ для взаємодії з аудиторією. Наприклад, новини, зняті за допомогою 360°-відео, можуть мати можливість інтеграції з соціальними мережами, де глядачі можуть ділитися своїми думками, ставити питання або додавати власні інтерпретації до події. Це не тільки підвищує рівень залученості аудиторії, але й створює нові можливості для колективного осмислення важливих соціальних проблем.

Крім того, ці нові технології можуть стати основою для повної інтеграції новин в цифрові платформи та створення спеціалізованих додатків для перегляду новин, які б дозволяли глядачам максимально персоналізувати контент. Такий підхід може включати інтерактивні карти, що дозволяють слідкувати за ходом подій у реальному часі, можливість взаємодіяти з цифровими експертами або навіть переглядати живі трансляції з різних точок зору.

Таким чином, технології 360°-відео та інтерактивного монтажу не лише дозволяють створювати нові формати новин, але й значно збагачують саму суть журналістики, роблячи її більш динамічною, взаємодійною і орієнтованою на аудиторію. Вони відкривають можливості для створення глибоких і повноцінних розповідей, які значно підвищують емоційний та інформаційний вплив новин на глядачів.[71]

3.3. Перспективи розвитку імерсивного монтажу в тележурналістиці

Перспективи розвитку імерсивного монтажу в тележурналістиці зосереджені на інтеграції новітніх технологічних інструментів, що дозволяють не лише формувати емоційний наратив, але й забезпечувати динамічну взаємодію з аудиторією в режимі реального часу.

Одним із напрямків є активне впровадження алгоритмів штучного інтелекту для автоматизації та персоналізації монтажного процесу. Завдяки

аналізу поведінки глядачів, система зможе динамічно коригувати послідовність кадрів, враховуючи їх індивідуальні вподобання та емоційний стан. Це дозволить створювати адаптивний контент, що відповідає потребам різних сегментів аудиторії

Іншим важливим аспектом є розвиток інтерактивних платформ, де монтаж стає елементом взаємодії. Глядачі зможуть не тільки переглядати матеріал, але й впливати на його структуру: вибирати, які фрагменти переглянути детальніше, перемикатися між різними наративами або отримувати додаткові пояснення через інтерактивні елементи. Такий підхід не лише збільшує залученість аудиторії, але й сприяє більш глибокому розумінню подій.[72]

Розвиток технологій в режимі реального часу також відкриває перспективи для оновлення монтажу під час прямих ефірів. За допомогою стрімінгових рішень та інтерфейсів для зворотного зв'язку, редактори можуть оперативно змінювати формат подачі новин, інтегруючи дані, графіки або коментарі, що відображають зміни в ситуації. Це дозволить зробити новинний контент більш гнучким і релевантним у критичних ситуаціях.

Не менш важливим напрямком є крос-медіа інтеграція, коли телепроекти сполучають традиційне мовлення з цифровими платформами. Це створює умови для використання нових форматів монтажу, де відео, текст та інтерактивні елементи зливаються в єдиний продукт, що адаптується до різних пристроїв і каналів споживання інформації.

Таким чином, майбутнє імерсивного монтажу у тележурналістиці визначається створенням адаптивних, інтерактивних та персоналізованих форматів подачі новин, що не лише інформують, а й активно залучають аудиторію до взаємодії з контентом. Це відкриває нові можливості для розвитку медіа-простору, підвищення якості новинних матеріалів та формування більш глибокого емоційного зв'язку між журналістами та глядачами.

Перспективи розвитку імерсивного монтажу в тележурналістиці обґрунтовуються не лише технологічними здобутками, а й новими вимогами сучасної аудиторії, що шукає більш глибокого та персоналізованого досвіду

споживання новин. З одного боку, інтеграція автоматизованих систем і алгоритмів штучного інтелекту дозволить створювати монтаж, який реагуватиме на емоційні та інтелектуальні реакції глядачів у режимі реального часу. Такий підхід забезпечить адаптивну подачу інформації, де кожен елемент буде відображати актуальні запити аудиторії, що робить новинний контент не лише інформативним, але й емоційно резонуючим.

З іншого боку, злиття традиційних форматів із цифровими платформами відкриває можливості для крос-медіа інтеграції. Це означає, що телепроекти зможуть ефективно поєднувати класичне мовлення із веб-інтерфейсами, мобільними додатками та соціальними мережами. Таке об'єднання дозволить створити єдиний мультимедійний продукт, в якому імерсивний монтаж стає центральним елементом взаємодії. Глядачі отримують можливість не просто переглядати новини, а активно взаємодіяти з контентом, задавати питання, обирати варіанти розгортання сюжету, що підвищує їх залученість та впливає на формування громадської думки.[74]

Крім того, імерсивний монтаж має потенціал для розширення демократизації інформації. За допомогою нових технологій навіть малі редакції та незалежні журналісти зможуть створювати високоякісний контент, який вийде за межі традиційних обмежень. Це сприятиме більшій різноманітності думок та підвищенню якості журналістського розслідування. Застосування адаптивного монтажу дозволить підвищити рівень точності та достовірності подачі інформації, зменшуючи ризик маніпуляцій і перекручування фактів.

Також важливим аргументом на користь розвитку імерсивного монтажу є зростаюча конкуренція на медіаринку. У сучасному інформаційному середовищі глядачі віддають перевагу контенту, який не лише інформує, але й надає емоційний досвід. Тому інноваційний підхід до монтажу, який активно використовує інтерактивні та адаптивні технології, може стати важливою конкурентною перевагою для телекомпаній, дозволяючи їм виділитися на фоні традиційних форматів.

Нарешті, впровадження нових технологій у процес монтажу сприятиме не лише підвищенню якості новин, але й розвитку культури медіа, де кожна історія набуває глибшого сенсу через багатовимірну взаємодію з аудиторією. У майбутньому, коли технології будуть ще більше інтегровані в процес створення контенту, імерсивний монтаж дозволить журналістам не просто доповнювати свій репортаж інноваційними елементами, а й розширювати межі розуміння та осмислення суспільних процесів. Це, безумовно, стане ключовим чинником у формуванні нового, більш інтерактивного і динамічного медіапростору.

Додатково, розвиток імерсивного монтажу має перспективи для створення «розумних» новинних продуктів, де технології аналізу великих даних та алгоритми машинного навчання допомагають автоматично оптимізувати подачу матеріалу, враховуючи динаміку поточних подій та уподобання аудиторії. Наприклад, новинні редакції можуть впроваджувати системи, які в режимі реального часу обирають найбільш релевантні кадри та адаптують ритм монтажу до змін у подіях, забезпечуючи більш точне відображення інформації та її емоційного впливу.

Також, зростає можливість інтегрування нових форматів розповіді за допомогою елементів гейміфікації, що дозволяють глядачеві не просто спостерігати, а активно «проймати» різні сценарії розвитку новинної події. Це може включати інтерактивні опитування, вибір сюжетних ліній або навіть участь у створенні контенту через спеціалізовані платформи. Такий підхід не лише збільшує залученість аудиторії, а й стимулює її до активної участі у формуванні медіа-простору.

Ще один напрямок розвитку полягає у розширенні крос-платформеності: інтеграція традиційного телебачення з цифровими медіа дозволить створити єдиний мультимедійний продукт, що адаптується до різних пристроїв — від класичних телевізорів до смартфонів і планшетів. Це відкриває можливості для більш гнучкого формування контенту, де інтерактивні елементи монтажу можуть бути синхронізовані з додатковими функціями онлайн-платформ,

забезпечуючи глядачам максимальну персоналізацію та зручність споживання інформації.

Крім цього, перспективним напрямком є розробка нових стандартів взаємодії між журналістами та аудиторією. Нові технологічні рішення дозволять створити платформи, де кожен глядач матиме можливість в режимі реального часу пропонувати власні ідеї для монтажу, залишати коментарі, брати участь у створенні нарративу та навіть впливати на кінцевий вигляд репортажу. Така відкритість і прозорість сприятиме формуванню колективного творчого процесу, де традиційний авторський голос поєднується з думкою аудиторії.[75]

В цілому, імерсивний монтаж у тележурналістиці має всі передумови для подальшого розвитку як ключовий інструмент для створення динамічних, інтерактивних та персоналізованих новинних форматів, що не лише передають факти, а й формують глибокий емоційний зв'язок із аудиторією. Ці інновації сприятимуть не тільки підвищенню якості журналістики, але й зростанню рівня взаємодії між медіа та суспільством, відкриваючи нові горизонти для розвитку інформаційного простору майбутнього.

ВИСНОВКИ

У процесі вивчення імерсивних тенденцій сучасної тележурналістики було проаналізовано низку аспектів, що впливають на глядацьке сприйняття. Зокрема, увагу зосереджено на візуальних, аудіальних та монтажних прийомах, які дозволяють журналістам не лише передавати інформацію, а й формувати емоційний зв'язок з аудиторією. Такі засоби сприяють глибшому зануренню глядача в події, підвищують рівень довіри до контенту та забезпечують кращу запам'ятовуваність матеріалу. Розгляд конкретних прикладів із телевізійної практики дозволив виокремити ключові техніки, що найбільш ефективно впливають на емоційне залучення, і тим самим формують нову якість журналістського продукту в умовах сучасного медіапростору.

У першому розділі «Теоретичні основи імерсивності в тележурналістиці» досліджено теоретичні засади імерсивності як нової концепції у тележурналістиці, що формується під впливом цифрових технологій. В цьому розділі проаналізовано поняття імерсивності, як нового підходу в медіа, що дозволяє глибше залучати аудиторію до сприйняття контенту. Розглянуто сутність поняття «імерсивність», її ключові ознаки та роль у трансформації способів подачі інформації. Особливу увагу приділено аналізу інноваційних технологій, зокрема віртуальної та доповненої реальності, 360°-відео та інтерактивних форматів, які сприяють підвищенню рівня залучення аудиторії. Також проаналізовано актуальні наукові підходи до вивчення впливу імерсивного контенту на сприйняття інформації, що дозволяє сформуванню наукового підґрунтя для подальшого дослідження практичних аспектів використання імерсивних технологій у тележурналістиці.

Розділ другий, «Аналіз імерсивних засобів виразності в українській тележурналістиці», досліджуються імерсивні засоби виразності, застосовані в українських телепроєктах. Проаналізовано новинні сюжети, документальні програми та інші медіаформати, що активно використовують 360°-відео, доповнену реальність (AR) та інтерактивні елементи. Вибір об'єктів дослідження обумовлений популярністю імерсивних технологій у вітчизняних медіа та їх

впливом на сприйняття інформації глядачами. Застосовані методи включають контент-аналіз, порівняльний аналіз, метод медіастилістики та емпіричні дослідження аудиторії. Це дозволяє вивчити структуру імерсивного контенту, порівняти традиційні й імерсивні формати та оцінити ефективність технологій на прикладі програм українських каналів, таких як «Суспільне», «1+1», «ICTV» та інших.

Розділ третій, «Розвиток імерсивних технологій в тележурналістиці», присвячений вивченню віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR) змінюють підходи до створення та споживання новин, дозволяючи глядачам занурюватися в події та переживати їх емоційно. VR забезпечує повне занурення у віртуальний світ, що дозволяє глядачам бути учасниками подій і отримувати реалістичне відчуття перебування на місці через 360°-відео, як це демонструють проекти The New York Times і BBC. AR, у свою чергу, додає віртуальні елементи до реального світу, інтерактивно доповнюючи новини даними, графіками чи картами, що значно розширює можливості подачі контенту.

- Дослідження показало, що імерсивність – це медіа занурювати глядача у змістовний простір контенту. Вона реалізується через емоційне залучення, ілюзію присутності та інтерактивну взаємодію. У медіапросторі імерсивність змінює роль глядача — з пасивного спостерігача на активного учасника подій. Це відкриває нові можливості для поглибленого засвоєння інформації та емоційного впливу, що особливо актуально для тележурналістики.
- Детальний аналіз візуальних та аудіальних засобів впливу на глядача в тележурналістиці показав, що тележурналістика активно використовує візуальні (драйвовий монтаж, крупні плани, реалістична графіка) й аудіальні (фонові звуки, емпатичне озвучення, звукові ефекти) засоби для створення ефекту присутності. Саме синхронізація аудіо- й візуальних сигналів посилює імерсивність і дозволяє глядачеві емоційно проживати новину.

- Розглянувши досвід використання імерсивних форматів у світовій та українській тележурналістиці, можна виділити, що у світовій практиці (BBC, NYT, Al Jazeera) імерсивні формати — від 360°-відео до VR-документалістики — використовуються для глибшого висвітлення складних тем. В Україні проекти на кшталт «Код» демонструють перші кроки в цьому напрямі, поєднуючи традиційні форми подачі новин з новітніми технологіями для занурення глядача у події.
- Визначивши особливості монтажних прийомів у сучасних телерепортажах та їх вплив на сприйняття глядачем, показано, що, монтаж у телерепортажах все частіше виконує не лише технічну, а й емоційну функцію. Різкі переходи, суб'єктивна камера, інтерактивна структура (вибір сюжету) сприяють зануренню глядача в подію. Це робить сприйняття інформації більш особистим і емоційно залученим.
- Проаналізувавши використання 360°-відео, віртуальної та доповненої реальності у тележурналістиці, це дослідження переконало, що застосування 360°-відео, VR і AR значно підвищує рівень залученості глядача. Такі технології дозволяють створювати ефект «присутності» у самому центрі подій: глядач може «повернути голову», «вибрати» точку огляду або взаємодіяти з елементами сюжету. Це відкриває новий вимір у подачі складної або чутливої інформації.
- Визначивши перспективи розвитку імерсивних технологій у тележурналістиці та їхній потенційний вплив на майбутнє медіаіндустрії, стверджує, що імерсивні технології вже формують нову парадигму журналістики — «журналістику присутності». Надалі вони впливатимуть на формати новин, жанри, взаємодію з глядачем, а також на етичні стандарти. Виклики — як-от потреба в технічному забезпеченні, навчанні фахівців і етичному регулюванні — потребують комплексного підходу. Водночас ці технології сприятимуть персоналізації контенту, розвитку нових творчих форматів та розширенню аудиторії.

У результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що імерсивність у сучасній тележурналістиці ґрунтується на продуманому використанні візуальних та аудіальних засобів, які забезпечують глибше залучення глядача до подій. Аналіз показав, що завдяки правильному застосуванню ракурсів, кольорових рішень, динамічного монтажу, звукового оформлення та музичного супроводу створюється ефект присутності, що значно підсилює емоційний вплив журналістського матеріалу. Дослідження дозволило визначити ключові технічні й художні прийоми, які сприяють імерсивності, а також показало, що саме комплексний підхід до візуального та аудіального рядів здатен забезпечити довіру глядача, підвищити інтерес до тележурналістики та зробити сприйняття інформації більш глибоким і особистісним. Отже, імерсивні практики є важливим інструментом у розвитку сучасного телевізійного контенту, який відповідає запитам аудиторії в умовах нових медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bordwell D., Thompson K. Film Art: An Introduction. – New York: McGraw-Hill Education, 2012. – 532 p.
2. Lombard M., Ditton T. At the Heart of It All: The Concept of Presence // Journal of Computer-Mediated Communication. – 1997. – Vol. 3, Issue 2. – Режим доступу: <https://academic.oup.com/jcmc/article/3/2/JCMC321/4580164>
3. Helman G. Sound for Television and Film. – London: Focal Press, 2018. – 312 p.
4. Lipkin S., Paget D., Roscoe J. Documentary and the Visual Culture. – London: Routledge, 2016. – 224 p.
5. Barnes G. Lighting for Cinematography: A Practical Guide to the Art and Craft of Lighting for the Moving Image. – New York: Bloomsbury Academic, 2017. – 400p.
6. Clarke N. AI in Media: Personalizing the Experience. – London: Media Futures Press, 2021. – 198 p.
7. Манько В. Імерсивна журналістика в українському телепросторі: теоретичні підходи та практики / В. Манько. – 2020. – 168 с.
8. Зеньковський Д. Візуальні практики в сучасних ЗМІ: семіотичний аналіз / Д. Зеньковський. – 2021. – 142 с.
9. Баронова І. Аудіовізуальні технології в цифровій журналістиці / І. Баронова // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. – 2019. – № 1. – С. 94–101.
10. BBC News. How the BBC is using 360 video to revolutionise news storytelling [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/news/av/technology-360>
11. The New York Times. Augmented Reality in The Times [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nytimes.com/interactive/2020/technology/augmented-reality.html>
12. CNN VR. Virtual Reality Coverage of the 2016 U.S. Elections [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://edition.cnn.com/specials/vr>

13. National Geographic VR. Planet or Plastic? / One Strange Rock / Inside the Vatican [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nationalgeographic.com/vr>
14. Sky News. Election 2019: Interactive results and maps [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.sky.com/story/election-results-live-uk-general-election-2019-latest-news-11878185>
15. The Guardian. The Guardian VR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.theguardian.com/vr>
16. Vimeo VR. The 10th Life of a Cat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vimeo.com/channels/vr>
17. ТСН (1+1). Репортаж про землетрус у Туреччині [Електронний ресурс] // Офіційний вебсайт 1+1. – Режим доступу: <https://tsn.ua/video/video-novini>
18. ICTV. Репортажі про евакуацію під час війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fakty.com.ua/ua/videos/>
19. 24 Канал. Спецрепортажі про повернення військовополонених [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://24tv.ua/video>
20. Pavlik J. V. Journalism in the Age of Virtual Reality: How Experiential Media are Transforming News / J. V. Pavlik. – New York: Columbia University Press, 2019. – 224 p.
21. Drok, N., Hermans, L. Immersive Journalism: A Review / N. Drok, L. Hermans // Journalism Studies. – 2016. – Vol. 17, No. 11. – P. 1465–1481.
22. Фесенко І. Імерсивна журналістика: новий формат сприйняття новин у цифрову епоху / І. Фесенко // Детектор медіа. – 2021. – 15 грудня. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/195646/2021-12-15-imersyvna-zhurnalistyka-novyuy-format-spryynyattya-novyn-u-tsyfrovu-epokhu/>
23. Інститут масової інформації. Як в Україні використовують VR та AR у журналістиці [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/yak-v-ukrayini-vykorystovuyut-vr-ta-ar-u-zhurnalistytsi-i36016>

24. Головченко Р. Нові медіа як простір імерсивного досвіду / Р. Головченко // Медіапростір. – 2020. – № 4. – С. 21–25.
25. Чабан, А. Вплив цифрових технологій на розвиток форм телевізійної журналістики / А. Чабан // Наукові записки Інституту журналістики. – 2022. – Т. 1(46). – С. 39–44.
26. Бакірова, Г. Імерсивні формати в українському телемовленні: виклики та перспективи / Г. Бакірова // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. – 2021. – № 2. – С. 56–63.
27. Безклубенко С.Д. Відеологія. Основи теорії екранних мистецтв / С.Д. Безклубенко – К.: «Альтерпрес», 2004. – 328 с.
28. Стівенсон М. Виробництво новин : телебачення, радіо, Інтернет / М. Стівенсон ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2008. – 407 с.
29. Волинець В. О. Віртуальна, доповнена і змішана реальність: сутність понять та специфіка відповідних комп'ютерних систем / В. О. Волинець // Питання культурології. – 2021. – № 37. – С. 231–243.
30. Волинець В. Використання технологій віртуальної реальності в освіті / В. Волинець // Неперервна професійна освіта: теорія і практика. Серія: Педагогічні науки. – 2021. – № 2. – С. 40–47.
31. Губернатор О. Прояви імерсивності в сучасних культурних практиках / О. Губернатор // Питання культурології. – 2023. – № 41. – С. 89–99.
32. Ковальчук О. І., Бондаренко М. П., Охрей А. Г., Прибитько І. Ю., Решетник Є. М. Особливості використання імерсивних технологій (віртуальної і доповненої реальності) в медичній освіті та практиці / О. І. Ковальчук та ін. // Методологія наукових досліджень. – 2020. – Т. 14, № 3. – С. 158–164.
33. Круглов М. Основні принцип систем віртуальної реальності [Електронний ресурс] / М. Круглов. – Режим доступу: <http://nestor.minsk.by/kg/1999/23/kg92305.html> (дата звернення: 17.01.2021).

34. Фореман Н., Коралло Н. Минуле та майбутнє 3D технологій віртуальної реальності / Н. Фореман, Н. Коралло // Науково-технічний вісник ИТМО. – 2014. – № 6 (94). – С. 1–8.
35. Пивовар О. В. Візуальні засоби в сучасній телевізійній журналістиці / О. В. Пивовар // Наукові записки Інституту журналістики. – 2019. – № 2. – С. 45–49.
36. Демченко М. В. Аудіовізуальна журналістика в епоху цифрових трансформацій / М. В. Демченко // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. – 2021. – № 3. – С. 15–22.
37. Гнатюк О. І. Вплив аудіо- та візуальних образів на формування емоційного фону теленовін / О. І. Гнатюк // Медіапростір. – 2020. – № 4. – С. 28–34.
38. Мельник А. І. Маніпулятивні можливості телевізійного зображення: аудіо- та візуальний супровід / А. І. Мельник // Український інформаційний простір. – 2020. – № 1. – С. 59–65.
39. Сушко І. С. Сила емоцій: роль звуку у створенні атмосфери в телерепортажах / І. С. Сушко // Теле- та радіожурналістика. – 2021. – Вип. 30. – С. 72–76.
40. Кривонос Н. В. Сучасна телевізійна журналістика: від зображення до емоції / Н. В. Кривонос // Журналістика: зб. наук. праць. – 2022. – Вип. 45. – С. 102–108.
41. Мартинюк С. О. Аудіовізуальні техніки у створенні соціального резонансу в теленовінах / С. О. Мартинюк // Медіаосвіта та медіаграмотність. – 2021. – № 3. – С. 35–41.
42. Смоляр Л. І. Імерсивна журналістика: виклики та перспективи розвитку в українському медіапросторі / Л. І. Смоляр // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – 2021. – Вип. 46. – С. 112–119.
43. Грабовський С. В. Нові форми журналістського нарративу: від традиційного репортажу до VR / С. В. Грабовський // Медіаосвіта. – 2020. – № 1. – С. 21–27.

44. Ковальчук О. М. Імерсивний контент у цифрових медіа: вплив на сприйняття реальності / О. М. Ковальчук // Наукові записки Інституту журналістики. – 2020. – № 2. – С. 36–42.
45. Шутов С. Ю. Технології віртуальної реальності в журналістиці: можливості та обмеження / С. Ю. Шутов // Журналістика: наука і практика. – 2022. – № 1. – С. 89–93.
46. Паламарчук Т. В. Емоційне залучення глядача в інтерактивній журналістиці: інструменти та ефекти / Т. В. Паламарчук // Теле- та радіожурналістика. – 2021. – Вип. 30. – С. 41–46.
47. Бойко, І. А. Імерсивні технології у висвітленні соціальних конфліктів / І. А. Бойко // Український інформаційний простір. – 2021. – № 2. – С. 55–60.
48. Семенченко О. П. Імерсивна журналістика як інструмент впливу на громадську думку / О. П. Семенченко // Медіакомунікації сьогодення. – 2022. – № 3. – С. 74–79.
49. Кривошея І. В. Візуальна журналістика: особливості телевізійного монтажу / І. В. Кривошея // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. – 2021. – № 1. – С. 112–118.
50. Ковальчук В. П. Мовлення телебачення: виражальні засоби та специфіка монтажу / В. П. Ковальчук // Журналістика: наука і практика. – 2020. – № 1. – С. 42–48.
51. Семенчук С. І. Роль монтажу в телевізійних новинах: структура і вплив на глядача / С. І. Семенчук // Медіаосвіта і медіаграмотність: виклики XXI століття. – 2022. – С. 145–150.
52. Собчук О. Ю. Естетика телевізійного монтажу: між формою та змістом / О. Ю. Собчук // Теле- та радіожурналістика. – 2021. – Вип. 30. – С. 74–80.
53. Майборода Ю. Л. Телевізійний монтаж як інструмент емоційного впливу: функції та приклади / Ю. Л. Майборода // Наукові записки Інституту журналістики. – 2020. – № 2. – С. 59–64.

54. Ярова А. О. Монтажні прийоми у створенні телерепортажів соціального характеру / А. О. Ярова // Український інформаційний простір. – 2021. – № 3. – С. 38–44.
55. Лещенко Д. М. Телевізійний монтаж у практиці сучасних новинних служб / Д. М. Лещенко // Актуальні питання масової комунікації. – 2022. – № 30. – С. 90–95.
56. Головченко О. В. Імерсивна журналістика: виклики та перспективи для українських ЗМІ / О. В. Головченко // Медіаосвіта. – 2021. – № 3(43). – С. 27–33.
57. Мазур Л. П. Нові формати телевізійного контенту: між інтерактивністю та імерсивністю / Л. П. Мазур // Наукові записки Інституту журналістики. – 2022. – № 1. – С. 45–51.
58. Кочерга І. М. Сучасна українська журналістика в умовах цифрової трансформації: імерсивні практики / І. М. Кочерга // Теле- та радіожурналістика. – 2022. – Вип. 31. – С. 91–97.
59. Бебик В. М. Телевізійні новини у форматі доповненої реальності: тенденції українського телебачення / В. М. Бебик // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. – 2021. – № 2. – С. 64–69.
60. Нечитайло, Т. І. Імерсивна реальність у візуальному контенті: можливості для українського телебачення / Т. І. Нечитайло // Актуальні питання масової комунікації. – 2023. – № 33. – С. 102–108.
61. Остапчук М. І. Інноваційні підходи у висвітленні воєнної тематики: український досвід VR/360°-репортажів / М. І. Остапчук // Український медіа простір. – 2022. – № 2. – С. 55–60.
62. Глущенко А. В. Цифрові технології у візуалізації соціальних проблем на телебаченні України / А. В. Глущенко // Медіакритика. – 2021. – № 4. – С. 38–43.
63. Костюк Н. С. Особливості сприйняття інформації в імерсивних медіа: вплив на аудиторію / Н. С. Костюк // Медіаосвіта. – 2022. – № 2(44). – С. 34–39.

- 64.Штурхецький С. В. Візуалізація і медіавплив: трансформація рецепції телевізійних новин в умовах цифрової епохи / С. В. Штурхецький // Журналістика. – 2023. – № 1. – С. 18–24.
- 65.Кузнецова І. П. Психоемоційні реакції глядача на новини з елементами віртуальної реальності / І. П. Кузнецова // Наукові записки Інституту журналістики. – 2021. – № 2. – С. 47–52.
- 66.Сердюк, О. В. Імерсивний контент як чинник емоційного залучення: особливості сприйняття в українському медіапросторі /О. В. Сердюк // Теле- та радіожурналістика. – 2022. – Вип. 31. – С. 83–88.
- 67.Петренко Ю. І. Вплив новітніх технологій візуалізації на інтерпретацію новинного контенту / Ю. І. Петренко // Актуальні питання масової комунікації. – 2023. – № 34. – С. 71–76.
- 68.Байдак А. С. Персоналізація новин у VR-журналістиці: ефект занурення та когнітивне сприйняття / А. С. Байдак // Український медіа простір. – 2023. – № 1. – С. 90–95.
- 69.Андрущенко Т. Використання імерсивних технологій у сучасній журналістиці / Т. Андрущенко // Журналістика: наукові записки. – 2023. – № 41.
- 70.Базилик Н. VR та AR у новинному виробництві: реальність уже сьогодні / Н. Базилик // Медіаосвіта в Україні. – 2022. – № 2.
- 71.Бочкарьова О. Телебачення майбутнього: як змінюється монтаж у добу доповненої реальності / О. Бочкарьова // Медіакритика. – 2023.
- 72.Гуменюк О. Інтерактивна журналістика: між технологіями і правдою / О. Гуменюк // Детектор медіа. – 2022. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://detector.media>
- 73.Суспільне Новини. 360-градусів війни: як виглядає Україна з висоти пташиного польоту // Суспільне Новини. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://suspilne.media>
- 74.Імерсивна журналістика: як українські журналісти використовують нові технології для створення ефекту присутності // УП. Життя. – 2023. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua>

75. Шевчук О. Нові медіаформати в умовах цифровізації телебачення / О. Шевчук
// Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. – 2022.