

ІМЕРСИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНСЬКОМУ ТА СВІТОВОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

Володимир Каленич

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського,

вул. Острозького, 32, 21001, Вінниця, Україна

e-mail: kalenychy@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1768-961X>

У статті проаналізовано використання нових технологій імерсивної журналістики в українському та світовому медіаландшафті на прикладі конкретних медіа. Серед основних форматів імерсивної журналістики вирізняється формат 360-градусного відео, у якому глядач сам «досліджує» відеопростір, стаючи свідком того, що відбувається. Імерсивними є також формати фотограмметрії (точної 3D-моделі, яка створена завдяки аналізу та інтерпретації фотографій або зображень, зроблених з різних ракурсів), об'ємної віртуальної реальності (VR), 3D-панорами, 3D-карти.

Ключові слова: нові медіа, медіаформат, медіатехнологія, імерсивні технології, імерсивна журналістика.

Постановка проблеми.

Динамічний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій активно впливає на трансформації в різних сферах суспільної діяльності, зокрема і в журналістиці. Цифрова ера змінила не лише доступ до інформації та її поширення, а й урізноманітнила презентацію медіаконтенту в інфопросторі України і світу.

Поява нових медіа, нові формати і жанри, зміни в медіаландшафті та підходах до медіаспоживання посприяли розробці інноваційних стратегій поширення медійного контенту, його адаптації до потреб аудиторії. Інтеграція різних інформаційних ресурсів вплинула на масову комунікацію загалом. Такі тенденції засвідчили новітні перспективи розвитку інформаційного середовища, а відтак визначили наукові орієнтири сучасної журналістики. Актуальними постають аспекти нових медіа: журналістика даних, імерсивність, гейміфікація, журналістика соціальних медіа, сторітелінг, скролітелінг й ін.

Мета дослідження – проаналізувати специфіку нових технологій імерсивної журналістики, їхні формати й функціонування в українському та світовому медіапросторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Модернізація медіа, медіаконвергенція, функціонування нових форматів і технологій в українському і світовому інфопросторі, їхні типологічні особливості при-

вертають увагу дослідників, яка спрямована на актуальні тенденції та перспективи новітньої журналістики, її потенціал у взаємодії із соціумом.

Про різні механізми трансформації соціокультурної дійсності та гібридності традиційних медіа свого часу йшлося в монографії М. Житарюка «Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство»¹. Згодом науковець зазначає: «Сьогодні ці процеси – злиття різних видів ЗМІ – прийнято називати конвергенцією видів мас-медіа, а журналістів, які в таких ЗМІ працюють, – універсальними журналістами. Як би ці явища не трактувати, суть полягає в тому, що індивідуальне, на рівні первинної усної комунікації, завдяки соціальним медіа, революції медіа-технологій, може стати глобальним»².

Стрімкий розвиток зазначених напрямків в Україні та світі викликає потребу в їхній науковій інтерпретації. Особливості інтернет-журналістики розглянуто у праці І. Тонкіх³; різні ракурси кросмедіа – в колективній монографії⁴ та підручнику⁵. Дослідження в контексті розвитку нових форматів і технологій в окремих видах журналістики, дослідження значення й ролі нових медіа здійснювали К. Боровик, Л. Василик, І. Крецу, М. Гузун, О. Кирилова, О. Нестеренко, А. Полісученко, В. Шевченко, а також Н. Бруно, С. Лівінгстон, Р. Нойман та ін.

У сучасному медійному дискурсі вирізняються імерсивні технології журналістики, які в Україні лише починають розвивати й вивчати⁶.

Методологічна основа дослідження.

У роботі застосовувалися загальнонаукові методи дослідження: аналіз і синтез, індукція й дедукція, спостереження – для вивчення контенту медіа, типологізації нових форматів і технологій; узагальнення – під час формування висновків про функціонування імерсивних технологій у медіапросторі. Спеціальними методами стали типологічний й дискурсивний аналіз. Ретроспективний метод слугував для дослідження передумов та причин поширення нових форматів і технологій у сучасному інформаційному просторі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Останнім часом медіаландшафт зазнає різноманітних змін, позначених швидкою цифровою трансформацією та конвергенцією медіа, що активізувало еволюцію нових медіа. Це явище докорінно змінило те, як виробляється, поширюється та споживається інформація в Україні та в усьому світі через посередництво інтернету. Р. Нойман, пояснює, що термін «нові медіа» – це нова форма існування засобів ма-

¹ Житарюк, М. (2008), Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: монографія. Простір-М, Львів, 416 с.

² Житарюк, М. (2020), «Особливості застосування понять «медіація» й «медіатизація» в сучасному медіапросторі», *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, вип. 48, с. 61.

³ Тонкіх, І. (2017), *Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті*. ЗНТУ, Запоріжжя, 130 с.

⁴ Шевченко, В. Е. (Ред.) (2017), *Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна монографія*, Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, 234 с.

⁵ Крецу, І., Гузун, М. та Василик, Л. (2015), *Підручник з крос-медіа*. Schiller Publishing House, Bergisch Gladbach, 144 с.

⁶ Кирилова, О. (2019), «Імерсивна журналістика: чинники ефективного функціонування», *Communications and communicative technologies*, вип. 19, с. 48-55; Полісученко, А. (2019), «Розширена реальність як новітній інструмент журналістики: від витоків до сучасності», *Вісник Львівського університету, Серія Журналістика*, вип. 45. с. 74-83.

сової інформації, постійно доступних на цифрових пристроях, у яких відбувається активна участь користувачів у створенні та розповсюдженні контенту⁷.

І. Печеранський та Д. Зінкіна у своїй науковій публікації «Конвергентна журналістика у сучасному медійному дискурсі»⁸ зазначають, що у центрі нового інформаційного простору, безумовно, є споживач інформації, який став не просто споглядачем, але й учасником процесу створення новин. Такі реалії дають зрозуміти, що сучасного споживача інформації не можна розглядати лише як об'єкт, якому подають готовий контент, на відміну від традиційних медіа, що були спрямовані на односторонню передачу інформації від журналістів до споживачів.

Автори спільної наукової праці «New Media: A Critical Introduction» стверджують, що на перший план виходить низка концепцій, які пропонують визначити ключові характеристики сфери нових медіа загалом. Це диджиталізація, інтерактивність, гіпертекстуальність, віртуальність, мережевість та симульованість⁹.

За останні роки медіаформати і технології зазнали глибокої трансформації в глобальному інформаційному просторі. Поява нових цифрових платформ, популярність соціальних мереж, розвиток ігрової, імерсивної та data-журналістики – усі ці інновації впливають на поширення інформації, способи комунікації та формування трендів у медіасфері України та світу.

Нові підходи в журналістиці, які надають користувачам ґрунтовніший та глибший доступ до інформації, сприяють застосуванню нових технологій й розвитку нових форматів в контексті імерсивної журналістики, яка орієнтована на виклад історії з максимальним заглибленням аудиторії в суть події, що розгортається; при цьому «наратор використовує не лише технології кросмедійної оповіді, а й вибудовує VR-середовище»¹⁰. О. Кирилова підкреслює, що «єдиної теорії імерсивної журналістики на сьогодні не існує, як не існує одностайного розуміння природи, сутності та функцій цієї технології», «не існує ані її сталої методології вивчення, ані чіткого понятійного апарату, ані типологічних моделей»¹¹.

Серед основних форматів імерсивної журналістики вирізняється формат 360-градусного відео, у якому глядач сам «досліджує» відеопростір, стаючи свідком того, що відбувається. Імерсивними є також формати фотограмметрії (точної 3D-моделі, яка створена завдяки аналізу та інтерпретації фотографій або зображень, зроблених з різних ракурсів), об'ємної віртуальної реальності (VR), 3D-панорами, 3D-карти.

У ракурсі технологій і форматів імерсивної журналістики варто говорити і про її доступність для пересічного користувача та про перспективи реалізації, наприклад, імерсивного контенту. Наприклад, О. Кирилова вважає, що хоча практика віртуалізації оповіді поступово вкорінилася у структуру новинного потоку, деякі

⁷ Neuman, R. (2010), *Media, Technology and Society. Theories of Media Evolution*. Digital Culture Books, University of Michigan Press: University of Michigan Library, p.3.

⁸ Печеранський, І. та Зінкіна, Д. (2019), «Конвергентна журналістика у сучасному медійному дискурсі», *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 2(2), с.128-136.

⁹ Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I. & Kelly K. (2009), *New Media: a critical introduction*. Abingdon : Routledge, p. 13.

¹⁰ Кирилова, О. (2019), «Імерсивна журналістика: чинники ефективного функціонування», *Communications and communicative technologies*, вип. 19, с. 48.

¹¹ Там само.

медіаресурси, заявивши про перспективність праці у VR-форматах, не отримали бажаного ефекту і закрили проєкти, бо більше не вважають їх перспективними (так відбулося з «Virtual Reality Studio» від «The Guardian», який навіть у кількісному плані не витримав анонсованих обіцянок)¹².

У контексті розвитку імерсивної журналістики доцільно звертати увагу на функціонування властивих цьому виду журналістики технологій. Наприклад, автори публікації «VR/AR-технології – новий контент нових медіа» до основної технології, яку використовує імерсивна журналістика, відносять цифрову технологію розширеної реальності (XR – extended reality)¹³, що сприяє розвитку такого формату в імерсивній журналістиці як VR.

Окремою технологією в імерсивній журналістиці можна вважати 3D-моделювання, панорамування, рендеринг та технологію просторового звуку, які дають глядачам неповторний візуальний досвід у контексті перегляду звичайних новинних матеріалів.

Імерсивні медіа стали революційним типом журналістики в сучасному інфосторі. Найбільші світові журналістські редакції, як-от «The New York Times» та «The Guardian», сьогодні є в авангарді експериментів з імерсивними технологіями. Вони створюють різноформатний контент, зокрема VR-проєкти, 360-градусні відео, 3D-карти та фотограмметрії, для того, щоб запропонувати своїй аудиторії більш захопливий досвід сприйняття новин. В Україні імерсивні медіа все ще перебувають на початковій стадії свого розвитку, але й мають перспективи. Передовсім це зумовлено більш обмеженими ресурсами порівняно з, наприклад, американськими чи німецькими колегами. Це впливає на масштаб і складність журналістських проєктів у сфері імерсивної журналістики.

Малопоширеним у сучасній журналістиці є формат фотограмметрії – віртуального середовища, рівень деталізації якого конкурує з класичною фотографією. Непопулярність такого формату насамперед спричинена складністю використання технологій рендерингу та сканування, яка є основою для створення фотограмметричного контенту. Формат передбачає зшивання або створення, за допомогою програмного забезпечення, зображень, що в кінцевому результаті перетворюються на моделі, які користувач зможе переглядати з різних ракурсів.

В українському медійному просторі прикладом формату фотограмметрії може бути проєкт «Scan UA», спрямований на презентацію унікальної української спадщини, яка нині перебуває під загрозою знищення внаслідок війни в Україні. Застосовуючи передові технології, зокрема 3D-сканування, вони створюють цифрові ракурси української архітектури, що може слугувати для підвищення усвідомленості про знищення нашої культурної спадщини та сприяти її збереженню. Наприклад, матеріал «Удар дрона по вул. Жилянській» (<https://cutt.ly/vwEFP194>) інформує про удар безпілотною та руйнування будівлі, яка має 120-річну історію й входить до кластеру історичної забудови Києва. Замість класичного фото, яке зазвичай могло бути використане для візуалізації пошкоджень, зображення фотограмметричне.

Формат фотограмметрії реалізовано також у матеріалі «Reading an Ancient Comic Strip» (<https://cutt.ly/VwcdUMqy>) американського медіа «National Geographic»,

¹² Там само.

¹³ Балук, Н., Басій, Н., Бук, Л. та Вовчанська, О. (2021), «VR/AR-технології – новий контент нових медіа», *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, вип. 49, с. 199.

де поруч із текстовим матеріалом про колону Траяна користувач має змогу детально роздивитися 2662 фігур у 155 сценах, які висічені на цій пам'ятці архітектури.

У форматі фотограмметрії створює свій контент «The New York Times». Зокрема, у публікації «Hear a Harlem Choir Rejoice Again» (<https://cutt.ly/OwcDDZFd>) можна дослідити тривимірну модель святилища Євангельської асамблеї Бет-Ель, яку створили із тисяч фотографій. Модель також доповнено світловими ефектами. Окрім цього, під час перегляду матеріалу відтворюються записи церковних співів на репетиції в святилищі. Публікація «Chinatown, Resilient and Proud» (<https://cutt.ly/XwcDD96A>) дає змогу побачити динаміку розвитку китайського кварталу уздовж вулиць Дойерс, Пелл і Мотт у районі під назвою Файв Пойнтс, який залишається джерелом походження китайської культури в Нью-Йорку.

У контексті світового досвіду імерсивної журналістики та завдяки можливостям імерсивних технологій популяризується формат панорам та 3D-моделей, які створюють за допомогою комбінації рендерингових технологій та 360-градусної зйомки. Наприклад, в українському медіапросторі у форматі 3D-моделей варто виокремити матеріал видання «Тексти» «Анатомія Карпат» (<https://cutt.ly/iwcDvHFA>), в якому розповідається про екологічні проблеми гірського масиву Свидовець на Закарпатті. 3D-модель Свидовця створена на основі даних супутника. Це дає змогу побачити масив з висоти пташиного польоту та оцінити масштаби проблем, які порушено в матеріалі. Через 3D-карту нам демонструють вирубки, напівлегальні туристичні бази, цим самим дозволяючи оцінити масштаб проблем у їхньому реальному вимірі. Для концентрації уваги на певних об'єктах, про які йдеться в публікації, також використано ефект підсвічування та виділення. На 3D-мапі відображено й назви місць, про які мова. До того ж, у матеріалі простежується дифузія формату 3D-моделей і можливостей нарративної структури формату сторі- та скролітелінгу.

Якщо в українській журналістиці використання 3D-моделей лише починає актуалізуватися, то, наприклад, американське видання «The New York Times» уже має спеціальний розділ під назвою «Immersive» (<https://cutt.ly/EwcS5DcC>), що охоплює широкий спектр новинних тем і сюжетів. Зокрема, у матеріалі «See How the Dixie Fire Created Its Own Weather» (<https://cutt.ly/GwcS6tG8>), використовуючи радіолокаційні дані високої роздільної здатності, які вловлювали частинки попелу зі стовпів диму та краплі води з хмар, «The New York Times» реконструювало тривимірну модель першої величезної грозової хмари під час пожежі в Діксі. Використаний формат 3D-карти забезпечив поглиблену візуалізацію події та дозволив користувачам більш детально побачити місцевість і постраждалі райони. Можливості видання дозволили редакції висвітлювати за допомогою 3D-моделей не лише глобальні та резонансні питання, а й новинну інформацію, як у публікації «See the Jumps, Twists and Grabs That Brought Eileen Gu Three Olympic Medals» (<https://cutt.ly/QwcS6YfM>), де можна детально роздивитися стрибки олімпійської чемпіонки Ейлін Гу, які принесли їй три золоті олімпійські медалі.

Такі новинні матеріали із 3D-моделюванням передусім фокусують на подачі актуальних новин та інформації, але за допомогою імерсивних технологій вони надають читачам можливість зануритися в поточні події через створене відчуття присутності на місці подій.

В українському медіапросторі використання 3D-моделі простежуємо у матеріалі під назвою «Поверхи самотності» (<https://cutt.ly/MwED43DN>), з якого читач може

дізнатися про особливості архітектурного планування Кисва, Берліна, Мангеттена, Бухареста, Варшави, а наприкінці публікації побачити їх у тривимірному форматі. Він може збільшувати, обертати зображення та досліджувати місто з різних кутів, подивитися на окремі будівлі або райони. Загалом, такий формат нагадує своєрідну екскурсію, оскільки користувач може дослідити конкретне місто чи об'єкт у тривимірному ракурсі.

Схожу публікацію «Deswegen wurde 14 Jahre lang gebaut» (<https://cutt.ly/9wEXaWek>) на тему архітектури та будівництва випустило й німецьке видання «Der Tagesspiegel», інформуючи про майбутнє відкриття аеропорту «BER». Також журналісти знову вдаються до прийому проведення екскурсії та на прикладі 3D-моделі «BER» пояснюють найважливіші структурні фіаско та способи їх вирішення, а також дають прогноз, що буде після відкриття.

Найпоширенішим форматом сучасної імерсивної журналістики стало відео 360° або, як його називають по-іншому, формат кінематографічного VR. Такий формат – це сферичне відео, в якому глядач може дивитися в будь-якому напрямку, ніби перебуваючи в центрі події. Хоча це створює певний ступінь занурення, глядач прив'язаний до цього центрального місця та не може змінити своє положення в середовищі.

Формат 360-градусного відео часто використовується для створення пізнавального контенту. Це пов'язано з тим, що він дає глядачам відчуття нібито фізичної присутності в такому цікавому місці. Наприклад, у відео «Вестмінстерське абатство. Місце коронації британських монархів» (<https://cutt.ly/NwEFogxu>) української редакції «BBC», завдяки панорамній зйомці на 360°, глядач може побачити місце, де відбулася церемонія коронації британського короля Чарльза III у Вестмінстерському абатстві в Лондоні 6 травня 2023 року. А у відео «The Guardian» «Elaine Massacre» (<https://cutt.ly/7wEffUq1>) довідатися про історію расового тероризму в Америці з 1917 по 1921 рік.

Часто формат 360-градусного відео орієнтується на створення глибоких та емоційно насичених історій. Ефект занурення та впливова природа цього формату імерсивної журналістики має потенціал для покращення розуміння та емпатії до складних питань, адже основна мета таких сюжетів полягає у розкритті складних соціальних, культурних та екологічних питань, а також у поглибленні розуміння і співчутті до їхніх героїв.

Наприклад, матеріал «Львівський таксист з Макіївки» на «Радіо Свобода» (<https://cutt.ly/xwcDilLz>) – це складна історія Романа Кисляка, який живе із синдромом ДЦП. Через формат 360° відео журналісти показують, в яких умовах живе головний герой та з якими труднощами стикається у житті. Іншим творцем 360-градусних відео в українському медіапросторі є «Громадське». Наприклад, серія документальних сюжетів під назвою «Рани 360» розповідає історію трьох воїнів, що проходять реабілітацію. Ці сюжети буквально впритул наближають глядачів до історії, болю та емоцій Романа Кубишкіна (<https://cutt.ly/RwcDoiz4>), який майже втратив ліву половину мозку, до викликів, що з ними стикається у спорті Сергій Романовський (<https://cutt.ly/QwcDof63>), якому ампутували праву ногу, дають відчуті неймовірну силу волі Вадима Ушакова (<https://cutt.ly/SwcDovia>), який, незважаючи на надзвичайний біль, наполегливо працює над відновленням своєї можливості ходити та говорити після отриманого поранення.

Формат 360° також часто використовується під час створення подієвих репортажів. Наприклад, у сюжеті української редакції «Голосу Америки» «Як виглядає сто-

лиця США під час протестів» (<https://cutt.ly/iwcDkm6y>) трансливали протести антирасистського руху «Black Lives Matter», підставою до яких стала смерть афроамериканця Джорджа Флойда після жорстокого затримання полісменами. А сюжет американського суспільного мовника «PBS» під назвою «Night of the Storm» (<https://cutt.ly/vwcDk8ZN>) розповідає історію Діани та Ніка Камерада, які пережили буревій Сенді після того, як прийняли доленосне рішення залишитися у своєму будинку на Стейтен-Айленді.

Окрім цього, у форматі 360-градусного відео створюють і пізнавальний контент, який занурює глядачів в історії міст та персоналій. Таке залучення заохочує емпатію та критичне мислення, що робить його потужним інструментом, особливо в контенті, що стосується історії, науки, культури тощо. Наприклад, українське медіа «Ukrainer» реалізує проєкт під назвою «Україна360», – подорож країною в повну широту зору, яку уможливають сучасні технології, – і дає змогу побачити знайомі місця в VR-окулярах і на екранах пристроїв. Він спрямований насамперед на документування та збереження об'єктів культурної спадщини, поширення інформації про багату історію та спадщину маловідомих регіонів. Наприклад, можна більше дізнатися про музей гончарства в Опішному (<https://cutt.ly/3wcDmCIV>), поліську вузькоколійку (<https://cutt.ly/lwcDm8iU>), функціонування інтелектуального центру в Костополі (<https://cutt.ly/BwcDQIaw>) тощо. Також «Ukrainer» зробив проєкт «VR Крим», в якому поєднав жанр інтерв'ю та тревел-журналістики, демонструючи відомим українським діячам кадри з місць у Криму. Його учасниками стали такі люди, як Ахтем Сеїтаблаєв (<https://cutt.ly/TwcDQKOl>), Олег Сенцов (<https://cutt.ly/rwcDQNeK>), Мустафа Джемільєв (<https://cutt.ly/MwcDWd02>).

Більш складним у технологічному плані є інший популярний формат імерсивної журналістики – об'ємна віртуальна реальність (також відома як VR). Складність зумовлена використанням технологій програмування, завдяки яким створюються об'ємні світи та розповідаються VR-історії. Адже формат передбачає можливість вільно рухатися всередині середовища, розглядаючи сцени з різних точок зору та спостерігаючи за персонажами з різних кутів.

Формат об'ємної віртуальної реальності використала британська газета «The Guardian» при підготовці матеріалу «6x9: A Virtual Experience of Solitary Confinement» (<https://cutt.ly/mwcDhPjS>), який поміщає реципієнта у тюремну камеру одиночного ув'язнення в США та розповідає про психологічну шкоду, якої може завдати ізоляція.

Німецьке медіа «Deutsche Welle», наприклад, має власний пізнавальний VR-проєкт «DW World Heritage 360» (<https://cutt.ly/awcDEkWy>), де впроваджені інтерактивні елементи. У такий спосіб медіа пропонує дізнатися більше про об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО ще й через гейміфікацію. В описі цього проєкту зазначено: «Ми відрядимо вас на пошуки, щоб вирішити головоломки та знайти секретні проходи. Ось так ви можете ознайомитися з захоплюючими місцями у грайливий спосіб!».

Схожий аспект інтерактиву реалізовується в українському проєкті «Chornobyl360» (<https://cutt.ly/twcDniVU>), який є прикладом використання VR-технологій для передачі інформації про історичні події та збереження її пам'яті. Проєкт дає змогу глядачам взаємодіяти з віртуальним середовищем і збирати інформацію про катастрофу та її наслідки.

Контент, створений у форматі об'ємної віртуальності, покликаний надати глядачам більш глибоке та емоційно насичене розуміння суттєвих проблем, посилити важливий для імерсивної журналістики «ефект присутності».

Результати і перспективи подальших досліджень.

«Нові медіа» стали невід'ємною частиною глобального інформаційного простору, гібридна практика яких покликана задовольнити інформаційні запити аудиторії. Доступність, інтерактивність, глобальність і конвергентність змінили традиційні підходи до журналістики й стали відправною точкою в розвитку нових її форматів.

Новітні технології імерсивної журналістики дають розуміння того, що ця сфера медіа – це більше не просто читання чи перегляд новин. В аудиторії медіа є шанс відчувати чиюсь історію на глибшому рівні, поїхати в іншу країну та зануритися в зовсім іншу культуру й ситуації, які вони не змогли б відчувати інакше. Однак важливо зазначити, що, наприклад, формат 360-градусного відео та формат об'ємної віртуальної реальності (VR) зазвичай вимагає спеціалізованого обладнання (VR-гарнітури, 360-градусних камер), що робить його менш доступним для широкої аудиторії порівняно з традиційною журналістикою.

До того ж, для сучасної журналістики все менше значення має формат 360-градусного відео, пік популярності якого припадав на 2015-2017 роки, та значно знизився останнім часом, що зумовлено насамперед неможливістю доступу кожного пересічного користувача до VR-технологій та складністю виробництва такого типу контенту.

Результати дослідження дають змогу засвідчити, що нові медіа в сучасну епоху є не просто пасивним джерелом інформації, а динамічною платформою, яка формує суспільний дискурс, впливає на громадську думку та відіграє ключову роль у поширенні інформації по всьому світу. Діяльність сучасних редакцій характеризується кількома ключовими особливостями та можливостями, які відрізняють їх від традиційних форм медіа. По-перше, нові медіа є цифровими й інтернет-орієнтованими, що дає змогу швидко створювати, поширювати та споживати контент серед глобальної аудиторії. Вони пропонують оновлення в режимі реального часу, забезпечуючи миттєвий доступ до новин та інформації. Окрім того, нові медіа є високоінтерактивними, сприяючи двосторонньому спілкуванню між виробниками та споживачами контенту через коментарі, вподобання, поширення й інші форми взаємодії. А головне, нові медіа характеризуються своєю кросмедійністю та конвергентністю.

Висновки.

Нові формати і технології зробили революцію в медіасфері, що уможливило створення динамічніших та цікавіших сюжетів, пристосованих до специфічних вимог різних видів журналістики. Імерсивні технології уможливили перенесення аудиторії безпосередньо в центр новинної події завдяки формату 360-градусного відео та об'ємної віртуальної реальності, забезпечуючи «ефект присутності», а формат 3D-моделей і фотограмметрії дав змогу користувачам більш активно взаємодіяти з історіями на візуальному рівні.

Імерсивні технології також вплинули на функціонування імерсивної журналістики, докорінно змінивши спосіб взаємодії аудиторії з новинними сюжетами. Експериментуючи у форматах 360-градусного відео, об'ємної віртуальної реальності, фотограмметрії, 3D-моделювання, такі медіа, як «Радіо Свобода», «Тексти», «Ukrainer», «The New York Times», «The Guardian», «Der Tagesspiegel», «WDR» й ін. дають можливість глядачам бувати безпосередньо в центрі новинної події або отримати інтерактивний, насичений даними досвід. Такий імерсивний підхід посилює емпатію та розуміння кожного споживача інформації, оскільки вони можуть відчувати й побачити середовища, пов'язані з певною історією.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Балук, Н., Басій, Н., Бук, Л. та Вовчанська, О. (2021), «VR/AR-технології – новий контент нових медіа», *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, вип. 49, с. 196-206.
2. Житарюк, М. (2020), «Особливості застосування понять «медіація» й «медіатизація» в сучасному медіапросторі», *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, вип. 48, с. 56-66.
3. Житарюк, М. (2008), Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: монографія, Простір-М, Львів, 416 с.
4. Кирилова, О. (2019), «Імерсивна журналістика: чинники ефективного функціонування», *Communications and communicative technologies*, вип. 19, с. 48-55.
5. Крецу, І., Гузун, М. та Василик, Л. (2015), Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing House, Bergisch Gladbach, 144 с.
6. Печеранський, І. та Зінкіна, Д. (2019), «Конвергентна журналістика у сучасному медійному дискурсі», *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 2(2), с. 128-136.
7. Полісученко, А. (2019), «Розширена реальність як новітній інструмент журналістики: від витоків до сучасності», *Вісник Львівського університету, Серія Журналістика*, вип. 45, с. 74-83.
8. Тонкіх, І. (2017), Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті. ЗНТУ, Запоріжжя, 130 с.
9. Шевченко, В. Е. (Ред.) (2017), Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна монографія, Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, 234 с.
10. Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Kelly, K. (2009), *New Media: a critical introduction*, Routledge, Abingdon, 463 p.
11. Neuman, R. (2010), *Media, Technology, and Society. Theories of Media Evolution*. Digital Culture Books, University of Michigan Press: University of Michigan Library, 231 p.

REFERENCES

1. Baluk, N., Basij, N., Buk, L. & Vovchanska, O. (2021), «VR/AR-technologies – new content of the new media», *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*. Issue 49, p. 196-206.
2. Zhytaryuk, M. (2008), *Social and Cultural Model of Journalism: traditions and innovations: Monograph*, Prostir-M, Lviv, 416 p.
3. Zhytaryuk, M. (2020), «Peculiarity of application of the terms “mediation” and “mediatization” in the modern media space», *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, Issue 48, p. 56-66.
4. Kyrylova, O. (2019), «Immersive journalism: the factors of effective functioning», *Communications and Communicative Technologies*, Issue 19, p. 48-55.
5. Cretu, I., Guzun, M. & Vasylyk L. (2015), *Cross-media: textbook*, Schiller Publishing House, Bergisch Gladbach, 144 p.

6. Pecheranskyi, I. & Zinkina, D. (2019), «Convergent journalism in modern media discourse», *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Arts and Production*, 2(2), p.128-136.
7. Polisuchenko, A. (2019), «Extended reality as a new instrument for journalism: from current to modern», *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, Issue 45, p. 74-83.
8. Tonkih, I. (2017), *Internet journalism. Genres on the Internet*, ZNTU, Zaporizhzhya, 130 p.
9. Shevchenko, V. (Ed.), (2017), *Crossmedia: Content, Technologies, Perspectives: Collective Monograph*, Institute of Journalism of Kyiv National University by Taras Shevchenko, Kyiv, 234 p.
10. Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Kelly, K. (2009), *New Media: a critical introduction*. Routledge, Abingdon, 463 p.
11. Neuman, R. (2010), *Media, Technology, and Society. Theories of Media Evolution*. Digital Culture Books, University of Michigan Press: University of Michigan Library, 231 p.

IMMERSIVE TECHNOLOGIES OF JOURNALISM IN THE UKRAINIAN AND GLOBAL MEDIA SPACE

Volodymyr Kalenykh

Vinnitsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University,

Ostrozkyi Str., 32, 21001, Vinnitsia, Ukraine

e-mail: kalenykhv@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1768-961X>

The article deals with the new technologies of immersive journalism in the Ukrainian and global mediaspace for the example of specific media. The 360° video stands out among the main formats of immersive journalism, in it the viewer himself explores the video space, becoming a witness of events. The formats of photogrammetry, virtual reality (VR), 3D panoramas and 3D maps are also immersive.

New formats and technologies have revolutionized the media sphere and allowed to create more dynamic and interesting stories. Immersive technologies made possible to transport the audience directly to the center of the news event through the format of 360-degree video and three-dimensional virtual reality, providing the «effect of presence». The format of 3D models and photogrammetry allowed users to interact with stories on a visual level more actively.

Immersive technologies have also had a profound impact on the functioning of immersive journalism and fundamentally changed the way audiences interact with news stories. «Radio Svoboda», «Texty», «Ukraïner», «The New York Times», «The Guardian», «Der Tagesspiegel», «WDR» and other media experiment with the immersive formats. They give the opportunity for viewers to be in the center of a news event directly or to get an interactive, data-rich experience. This immersive approach allowed for increased empathy and understanding of each information consumer because they can feel and see the environments which are associated with a particular story.

Key words: new media, media format, media technology, immersive technologies, immersive journalism.