

DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.359186

УДК 070(477):[004.946:316.422

## Віртуальна реальність як інструмент інновацій у журналістиці: український досвід медіапроектів

**Любов ВАСИЛИК**

д-р н. із соц. комунік., доц.

Чернівецький  
національний університет  
ім. Ю. Федьковичавул. М. Коцюбинського, 2,  
29012, Чернівці, Україна

l.vasylyk@chnu.edu.ua

ORCID 0000-0001-9947-9389

© Василик Л., 2026

Одним з інноваційних інструментів в умовах цифровізації в журналістиці стала віртуальна реальність. Імерсивні технології істотно розширюють традиційні уявлення про медіа, функціональні можливості та межі журналістики. На сучасному етапі теоретичні уявлення про VR не можна вважати остаточно сформованими, що зумовлено динамічністю цифрових трансформацій і технологічних інновацій. У зв'язку з цим перед журналістами та дослідниками медіа постає завдання розробити й осмислити інструменти візуального та інтерактивного дизайну імерсивного середовища з метою формування ефективних механізмів занурення масової аудиторії. Оскільки українські видання також активно інтегруються в ці процеси, актуально систематизувати й розглянути український досвід створення медіапроектів за допомогою VR. У статті проаналізовано погляди зарубіжних та українських дослідників на ефект імерсії. На основі матеріалів українських медіа простежено суть «медіального повороту», який змістив акцент журналістської практики від традиційного написання текстів та підбору зображень і звуку до виробництва складної графіки, зокрема тривимірної (3D). Концепція «технологічної симуляції свідомості», що відкриває нові горизонти для інтерактивної взаємодії з аудиторією, простежена в ключових українських VR-проєктах, зокрема особливості дизайну імерсивного середовища, мультимодальність контенту та його вплив на рівень залучення аудиторії. Проаналізовано, як VR входить в українську журналістику, розширюючи кордони інформаційного поля. Як кейсі-стаді охоплено матеріали «New Cave Media», «Ukrainer», «Аутентична Україна», «Aftermath VR: Euromaidan», «Hromadske», «Війна впритул», «360° war», «Радіо Свобода», «Тексти». Підсумовано, що імерсивна журналістика в Україні перебуває на етапі становлення, демонструючи поступову інтеграцію технологій VR у медіапрактику. Ці інструменти використовуються для висвітлення суспільно значущих тем, зокрема війни, її наслідків і людських історій, що сприяє поглибленню ефекту присутності та формуванню емпатійного сприйняття аудиторією. Імерсивні формати не лише розширюють виражальні можливості журналістики, але й трансформують характер взаємодії аудиторії з контентом — від пасивного споживання до активного досвіду, дослідження та, подекуди, участі. Це відкриває нові перспективи для аналітичного пояснення складних явищ і реконструкції подій, однак водночас підвищує ризики інтерпретаційності й потенційного емоційного впливу. Ключового значення набуває дотримання професійних стандартів і вироблення етичних принципів застосування VR. Отже, імерсивна журналістика в Україні постає як перспективний, але водночас такий, що супроводжується низкою викликів, напрямів розвитку медіа, що потребує подальшого теоретичного осмислення, етичного регулювання та інституційного закріплення в межах сучасної медійної практики.

**Ключові слова:** імерсивні технології, віртуальна реальність, медійні інновації, медіальний поворот, технологічна симуляція свідомості.

---

## VIRTUAL REALITY AS A TOOL OF INNOVATIONS IN JOURNALISM: UKRAINIAN EXPERIENCE OF MEDIA PROJECTS

**Liubov VASYLYK**

Doctor of Social Communications, Associate Professor,  
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University,  
2, M. Kotsiubynskiy Str., 29012, Chernivtsi, Ukraine  
l.vasylyk@chnu.edu.ua  
ORCID 0000-0001-9947-9389

*Virtual reality (VR) has become one of innovative tools in the context of digitalisation in journalism. Immersive technologies significantly expand traditional notions of media, its functional capabilities and boundaries of journalism. At the current stage, theoretical understandings of VR cannot be considered fully established due to the dynamic nature of digital transformations and technological innovations. Consequently, journalists and media researchers face tasks of developing and conceptualising tools for visual and interactive design of immersive environments to create effective mechanisms for the audience engagement. Since Ukrainian media are also actively integrating into these processes, it is relevant to systematise and study the Ukrainian experience in creating media projects using VR. The article analyses perspectives of both foreign and Ukrainian researchers on the immersion effect. Based on materials from Ukrainian media, the essence of the “media turn” is traced, which has shifted the focus of journalistic practice from the traditional text writing, the selection of images and sound to the production of complex graphics, including three-dimensional (3D) visuals. The concept of “technological simulation of consciousness”, which opens new horizons for interactive audience engagement, is traced in key Ukrainian VR projects, including aspects of immersive environment design, multimodal content and its influence on the audience engagement. This study examines how VR enters Ukrainian journalism, expanding the boundaries of the information field. Case studies include materials from “New Cave Media”, “Ukraïner”, “Authentic Ukraine”, “Aftermath VR: Euromaidan, Hromadske, War Up Close”, “360° War”, “Radio Svoboda”, “Texts”. It is concluded that immersive journalism in Ukraine is at the formative stage, demonstrating gradual integration of VR technologies into practice. These tools are applied to cover socially significant topics, including war and its consequences, human stories, contributing to a heightened sense of presence and empathetic reception by audiences. Immersive formats not only expand the expressive capabilities of journalism but also transform the nature of the audience interaction with content — from passive consumption to active experience, exploration and sometimes even participation. All this opens new perspectives for analytical explanation of complex phenomena and event reconstruction, while simultaneously increasing the risks of interpretive bias and potential emotional impact. Adherence to professional standards and the development of ethical principles for VR application are therefore of crucial importance. Thus, immersive journalism in Ukraine emerges as a promising yet challenging area of media development, requiring further theoretical reflection, ethical regulation and institutional consolidation within modern media practice.*

**Keywords:** *immersive technologies, virtual reality, media innovations, media turn, technological simulation of consciousness.*

*Актуальність теми*

Одним з інноваційних інструментів в умовах цифровізації та розвитку новітніх технологій стала віртуальна реальність (VR), інтегрована в журналістику. Вона реалізована в медіапроектах багатьох світових видань, звертаються до неї й українські медіа. На сучасному етапі розвитку медіасередовища теоретичні уявлення про медіареальність не можна вважати остаточно сформованими, що зумовлено динамічністю цифрових трансформацій і технологічних інновацій. Імерсивні технології істотно розширюють традиційні уявлення про медіареальність, зокрема її функціональні можливості й межі. У зв'язку з цим перед журналістами та дослідниками медій постає завдання розробити й осмислити інструменти візуального та інтерактивного дизайну імерсивного середовища з метою формування ефективних механізмів занурення масової аудиторії. Актуально також систематизувати й розглянути український досвід створення медіапроектів за допомогою VR.

*Стан розроблення питання*

Сучасні тенденції розвитку імерсивних технологій подання інформації стимулюють журналістику до створення контенту нового типу — не лише мультимедійного, але й мультимодального. Мультимодальний контент — це форма представлення інформації в медіа, що передбачає інтеграцію кількох знакових систем (текстуальна, візуальна, аудіальна, інтерактивна) в межах одного медіапродукту для комплексного впливу на аудиторію. Такий контент передбачає репрезентацію подій з максимально можливою деталізацією та рівнем реалізму, що забезпечує глибше залучення аудиторії та підсилює ефект присутності. У цьому контексті доповнена реальність набуває особливого значення як інструмент інтерактивного подавання інформації, що сприяє активному включенню користувача в медіасценарій (Балук та ін., 2021). Зарубіжні науковці оцінюють провідні світові кейси (документальні VR-проекти, новинні формати), вивчають основні тренди VR: імерсивний сторітелінг, 360°-відео, інтерактивність, вплив VR на журналістські стандарти й етику (Witmer & Singer, 1998); Д. Шін та Ф. Біокка (Shin & Biocca, 2018), намагаються спрогнозувати, як віртуальна реальність позначиться на майбутньому журналістики (Marconi & Nakagawa, 2017). Зокрема, редактор «Associated Press» та викладач Columbia Journalism School Том Кент спрогнозував, що технологія віртуальної реальності почне активно застосовуватися в медіа (Kent, 2015). Основною причиною цього, на його думку, є здатність VR забезпечувати максимальне занурення аудиторії в подію. Зарубіжні дослідники переконані, що досягнення ефекту імерсивності є технологічним продовженням традиційного процесу відтворення журналістами реального світу, але імерсивна журналістика йде далі — вона дає змогу досягти створення новин у спосіб, коли аудиторія може

брати безпосередню участь у подіях або ситуаціях, що висвітлюються в повідомленнях. Донхі Шін та Френк Біокка (Shin, & Biocca, 2018) у роботі «Вивчення імерсивного досвіду в журналістиці» виокремлюють головні фактори VR, які впливають на читача. Б. Г. Вітмер та М. Дж. Сінгер спрогнозували успіх таких матеріалів (Witmer & Singer, 1998). Агентство «Associated Press» підготувало дослідження, у якому за допомогою залучених експертів з нейрофізіології було простежено ступінь занурення споживачів VR-проектів в історії, які ці проекти розповідали (AP, 2017). Засновниця VR в журналістиці Нона де Ла Пена назвала її найсильнішим типом медіа на сьогодні (de la Peña, 2012), стверджуючи, що така технологія приведе читача та глядача «ближче до правди». Попри певні напрацювання в цій темі, явище VR є новим для теорії журналістики, адже «єдиної теорії імерсивної журналістики на сьогодні не існує, як не існує одноставного розуміння природи, сутності та функцій цієї технології», «не існує ані її сталої методології вивчення, ані чіткого понятійного апарату, ані типологічних моделей» (Кирилова, 2019). Тож віртуальна реальність як інструмент інновацій у журналістиці потребує уваги дослідників.

Досвід використання VR у журналістиці простежили й українські дослідники Н. Балук, Н. Басій, Л. Бук та О. Вовчанська (2021), В. Каленич (2024), О. Кирилова (2017; 2019; 2020). Вони розглянули, як VR розширила можливості журналістики: «Мета будь-якого журналістського репортажу — максимально точно й об'єктивно донести до реципієнтів інформацію, спонукаючи їх до співпереживання й емоційної співпричетності. Так званий імерсивний ефект із використанням VR / AR-технологій передбачає повне занурення, заглиблення зацікавленої аудиторії в суть події, що ретранслюється. Такої взаємодії можливо досягнути за допомогою різних типів інтерактивності VR-відео» (Балук та ін., 2021). О. Кирилова (2019) підкреслила важливість для користувачів «впливати на те, як розгортається історія, чим і як вона закінчується, досліджувати середовище на рівні часово-просторової імерсивності, взаємодіяти з віртуальним світом, отримувати власний досвід, виходячи на рівень емоційного занурення через максимальне залучення».

Науковці вважають, що VR розширює традиційну журналістику, відкриває нові виміри медіапростору, дає медійникам нові інструменти для інноваційного освоєння дійсності. Ці зміни ще називають «медіальним поворотом», який змістив акцент журналістської практики від традиційного написання текстів та підбору зображень і звуку до виробництва складної графіки, зокрема тривимірної (3D), що потребує застосування нових методів дизайну візуального сторітелінгу. Дослідники вважають, що VR наближає нас до концепції «технологічної симуляції свідомості», що відкриває нові горизонти для інтерактивної взаємодії з аудиторією. Разом із цим, на їхню думку, виникає низка моральних

і етичних дилем, пов'язаних із потенційною маніпуляцією глибинними рівнями свідомості споживача, тож перед журналістикою постане важливе завдання знайти баланс між створенням ефектного візуального контенту та дотриманням принципів об'єктивного викладення фактів, котрі залишаються фундаментальними для професії.

#### *Завдання статті*

На цьому тлі спробуємо систематизувати український досвід використання VR у журналістиці: дати огляд ключових VR-проектів, окреслити їхні тематичні напрями (воєнна тематика, соціальні проблеми, історична пам'ять), схарактеризувати формати реалізації (360°-репортажі, VR-документалістика, інтерактивні реконструкції) та способи подавання інформації. Мета статті полягає в комплексному аналізі віртуальної реальності як інноваційного інструменту журналістської діяльності, зокрема в дослідженні особливостей застосування імерсивних технологій у практиці українських медій, визначенні їхнього впливу на трансформацію медіаконтенту та рівень залучення аудиторії, а також окресленні потенціалу й обмежень використання VR у сучасному медіасередовищі.

Об'єкт дослідження — процеси створення й поширення медіаконтенту з використанням імерсивних технологій у сучасних українських медіа. Предмет дослідження — практики застосування віртуальної реальності в журналістських проєктах, зокрема особливості дизайну імерсивного середовища, мультимодальність контенту та його вплив на рівень залучення аудиторії. Завдання дослідження — окреслити основні тенденції розвитку віртуальної реальності в українській медіапрактиці; вивчити специфіку застосування VR-технологій в українських медіапроєктах, зокрема в мультимодальних форматах контенту; дослідити роль імерсивного контенту в досягненні залученості аудиторії та ефекту присутності; визначити потенціал та обмеження використання віртуальної реальності в журналістській діяльності й перспективи її розвитку в Україні. Дослідження побудоване на комплексному застосуванні теоретичних та емпіричних методів аналізу, що дозволяє всебічно вивчити використання віртуальної реальності в журналістських практиках України. Основні методи дослідження — контент-аналіз українських VR-проектів; кейс-стаді як вивчення успішних практик VR-технологій; систематизація сучасних уявлень про ефект імерсії та мультимодальність у медійній практиці.

#### *Виклад основного матеріалу*

Сучасна медіареальність формується на стику традиційних журналістських практик і цифрових інновацій, зокрема імерсивних технологій. Поняття «медіареальність» описує спосіб, у який масова аудиторія сприймає інформацію через взаємодію різних сенсорних каналів, ін-

тегрованих у єдиний когнітивний досвід. У контексті VR і AR цей досвід посилюється ефектом імерсії, тобто відчуттям присутності та занурення користувача у створений медіапростір. Імерсивні технології в журналістиці включають 360°-відео, віртуальні реконструкції подій, інтерактивні мультимодальні платформи, що поєднують зображення, звук, текст і графічні ефекти. Завдяки цьому контент набуває високої деталізації та реалізму, що дає змогу максимально залучити аудиторію і сприяє глибшому розумінню нею подій, які висвітлюються. У науковій літературі підкреслюється, що мультимодальний контент виходить за межі традиційного мультимедіа, оскільки інтегрує різні сенсорні канали, створюючи єдиний ефект присутності (*immersive experience*) (Балук та ін., 2021). Це вимагає від журналістів і медіадослідників переосмислення візуального й інтерактивного дизайну, а також розроблення системи ефектів занурення, що забезпечують високу залученість аудиторії.

Імерсивні технології відкривають нові перспективи для сучасної української журналістики, зокрема у створенні контенту на воєнну та соціально значущу тематику, де емоційна залученість і візуальна деталізація є важливими для ефективної комунікації. Проте, поряд із можливостями, вони ставлять перед медійниками й виклики: технічні обмеження, потребу в нових компетенціях, а також етичні й правові питання використання VR у медіасередовищі. Тож імерсивні технології не лише розширюють горизонти традиційної медіареальності, але й стимулюють розвиток контенту, формують нові стандарти взаємодії з аудиторією, а також потребують системного підходу до дослідження їхнього потенціалу та обмежень у журналістиці. Провідні міжнародні медіа, такі як «The New York Times», BBC, «Al Jazeera», «Associated Press» та ін., активно експериментують із 360°-відео, VR-документалістикою й інтерактивними репортажами, що дає підстави аудиторії відчувати себе присутньою на подіях, які відбуваються в різних частинах світу. Яскравими прикладами проектів VR є матеріали «Голод у Штатах» Нони Де ла Пени, Al Jazeera «Hacked» та «Pirate fishing», VR-матеріали «Guardian», «La Tercera», «Des Moines Register», проект Kroo bay, матеріали компанії «Garnett».

Проаналізуємо, як VR входить в українську журналістику, як розширює кордони інформаційного поля, які виклики несе для медій. В Україні жанр імерсивного проекту, що поєднує елементи гри й інтерактивності, лише починає формуватися. Ігрові формати, які створюють українські журналісти, наразі не завжди відповідають повноцінним критеріям імерсивності в технічному плані. Однією з причин обмеженого поширення таких проектів є значні ресурсні витрати, які наразі непідйомні для більшості українських редакцій. Водночас створення 360° панорамних матеріалів редакціями та продакшен-компаніями вже здійснюється. Першою українською компанією, яка спеціалізується на виробництві тривимірних відеороликів, стала студія «New

Cave Media», яка реалізувала низку проєктів, зокрема про Романа Кисляка — таксиста-переселенця з ДЦП з Макіївки, про буддистів у Карпатах та про табір «Азовець» у Києві. Останній з цих матеріалів було опубліковано в рамках платформи «The New York Times» Daily 360°. Найбільший проєкт студії, «Норвезька Арктика», включив зйомки на території від Полярного кола до «крайньої точки» Європи, а також на острові Шпіцберген, демонструючи масштабність і технічну складність імерсивного контенту. Компанія «Київстар» відзняла значну кількість 360° панорам у мальовничих куточках України. Формат 360° відео або кінематографічної VR дозволяє глядачеві відчувати присутність у центрі події, створюючи ефект занурення. Проєкт «Україна 360» платформи «Ukrainer» надає можливість перегляду різних локацій у VR-окулярах, зокрема музею гончарства в Опішному, Хортиці, Криму та ін., демонструючи потенціал VR-технологій для культурної презентації країни українською журналістикою. Аналогічно VR-тур «Аутентична Україна» поєднав VR-тури та 360° документальні відео для популяризації культурної спадщини, створюючи інтерактивні сенсорні середовища, доступні на різних пристроях. Ці VR-формати є зразками успішних практик досягнення медійниками мультимодальності через застосування імерсивних технологій.

Додамо, що за останні чотири роки в українському медійному просторі сформувався окремий тематичний напрям імерсивної журналістики, зосереджений на висвітленні війни та пов'язаних із нею суспільно значущих подій. Зокрема, серед реалізованих проєктів із вираженим ефектом присутності варто виокремити «Aftermath VR: Euromaidan», у якому за допомогою технологій віртуальної реальності відтворено події Революції гідності 2014 року. До новітніх імерсивних ініціатив належить також проєкт «Рани», створений редакцією Hromadske у співпраці з американським документалістом Йосипом Сивеньким. Концептуальною основою проєкту є персоналізоване документування наслідків бойових дій через призму індивідуального досвіду військово-вояків, поранених на Донбасі. Наративна структура проєкту побудована навколо трьох історій: Романа Кубишкіна, який проходить тривалий процес реабілітації після тяжкої черепно-мозкової травми; Сергія Романовського, що адаптується до життя після ампутації кінцівок; Вадима Ушакова, який відновлює базові фізіологічні та мовленнєві функції. Такий підхід дає змогу не лише зафіксувати наслідки війни на індивідуальному рівні, але й посилити емпатійний вимір сприйняття аудиторією через використання імерсивних технологій.

Одним із прикладів використання VR у журналістських матеріалах є репортаж про львівське бомбосховище, створений Бенджаміном Суомелою за допомогою LiDAR-сканера мобільного телефону, який допоміг відтворити тривимірну модель об'єкта в його реальному ви-

гляді. Ще один значущий проєкт — «Війна впритул», заснований на фотоматеріалах журналіста Миколи Омельченка. Для його реалізації використано кругові 360° панорами, відео з дронів та детальне 3D-моделювання. Мета проєкту — демонстрація світовій спільноті масштабів руйнувань і злочинів проти українського народу під час російської агресії. Як зазначає засновник проєкту Юрій Зозуля (2022), він прагне «показати світовій спільноті масштаби катастрофи та геноциду української нації та зафіксувати дії агресора для їхньої подальшої юридичної відповідальності». Фіксація зруйнованих будинків та об'єктів інфраструктури здійснюється за допомогою квадрокоптерів із камерами для зйомки під кутом 360°, а керування літальними апаратами доповнено використанням VR-окулярів, що забезпечує ефект присутності на місцях руйнувань. Локації охоплюють Київ, знищений літак «Мрія» на аеродромі в Гостомелі, Ірпінь, Бучу, Макарів, Бородянку та інші локації, причому нові панорами додаються регулярно. На офіційному сайті «Війна впритул» користувачі можуть переглянути результати руйнувань із високою деталізацією у форматі 360° відео: кругові панорами дають змогу відчувати себе на місцях руйнувань, а окуляри віртуальної реальності глибоко занурюють в епіцентри трагедій. Проєкт був висвітлений у німецькому виданні «Blick», румунських «Libertatea» та «Stiripesurse.directorylib». Тож відзначимо, що сучасні імерсивні матеріали дають змогу світовій аудиторії наочно оцінити наслідки вторгнення Росії та зафіксувати її злочини проти України.

Тематично схожий проєкт «360° War» — мультиплатформна інтерактивна ініціатива, що документує наслідки повномасштабної російської агресії в Україні через панорамні фото й віртуальні тури зруйнованих міст і сіл. Цей проєкт включає цифрову «Мапу руйнувань» та імерсивні виставкові рішення з VR-зонами для глибошого занурення. Для прикладу: «Зруйнований аграрний коледж у Слов'янську», «Зруйнований Лиманський ліцей №1».

Імерсивні технології у форматах об'ємної VR, 3D-моделювання, фотogramметрії та 360° відео застосовують також редакції «Радіо Свобода», «Тексти». Вони надають аудиторії можливість безпосередньо опинитися в центрі новинної події або отримати інтерактивний, насичений новими даними й відчуттями досвід. Такий підхід сприяє підвищенню емпатії та глибшому розумінню інформації, оскільки споживачі можуть набагато краще відчувати та візуально сприйняти середовища, пов'язані з конкретною історією. Матеріали забезпечують ефект безпосередньої присутності та розширюють межі традиційної журналістики аспектами максимального наближення до локацій, переживання подій із середини, сприяють поглибленню емоційного сприйняття новин особистою інтегрованістю в події. VR-технологія забезпечує ефект зануреності й дає змогу аудиторії взаємодіяти з подіями в інтерактивний спосіб.

Імерсивний підхід сприяє підвищенню емпатії та глибшому розумінню новин, що особливо актуально для висвітлення воєнних дій, соціально важливих історій та життєвих досвідів окремих людей.

Питання етики й моральної відповідальності посідає центральне місце в застосуванні технологій віртуальної реальності в журналістських матеріалах імерсивного типу. Високий рівень реалістичності, досягнутий завдяки ефекту присутності, сприяє натуралізації зображуваних подій і локацій, що, своєю чергою, може зумовлювати потужний емоційний та шоківий вплив на аудиторію. Особливо це стосується висвітлення воєнної тематики, зокрема чутливих сюжетів, пов'язаних із пораненнями, фізичними втратами і травматичним досвідом учасників бойових дій. У цьому контексті актуалізується потреба у формуванні чітких етичних стандартів використання VR-технологій у діяльності журналістів. Пріоритетом має залишатися достовірне інформування про факти, а не цілеспрямоване конструювання або провокування емоційної реакції аудиторії: психологічного шоку, стресу, тривожності. Використання імерсивних технологій може зумовлювати в аудиторії емоційне виснаження та спровокувати посттравматичні психоемоційні реакції, що актуалізує питання відповідальності редакцій медіа за характер і способи подання такого контенту.

Щодо технологічних аспектів створення імерсивних проєктів, то в українській журналістиці вони представлені переважно у форматі 360° панорам, коли користувач може оглядатися навколо, але не може змінювати позицію; матеріал не надає йому глибокої інтерактивності. Очевидно, медійникам важче освоювати такі формати, як 3D-моделювання — створення цифрового простору за допомогою комп'ютерної графіки. У такому реконструйованому середовищі (наприклад, бойових дій) користувач може переміщатися в просторі; тут можливі інтерактивні елементи (об'єкти, сценарії), але реалізація задуму вимагає більшої уваги. Рідше журналісти застосовують інтерактивну графіку як інструмент цифрової журналістики, яка забезпечує не стільки ефект фізичної присутності, скільки когнітивне занурення через активну взаємодію користувача з даними та орієнтована на аналітичне осмислення фактів, візуалізацію причинно-наслідкових зв'язків, часову динаміку і просторові характеристики явищ. У контексті висвітлення війни інтерактивна графіка дає змогу наприклад, моделювати хронологію бойових дій, відображати географію руйнувань або аналізувати втрати, зберігаючи баланс між наочністю, доказовістю й дотриманням професійних стандартів. Поки що не освоєні журналістикою й ігрові простори — найбільш інтерактивна форма імерсивної журналістики, у якій відбувається перехід від репрезентації подій до їхнього симулятивного відтворення. На відміну від 360°-панорам, що забезпечують ефект присутності через документальну фіксацію, та 3D-моделювання, орієнтованого на реконструкцію,

ігрові середовища дозволяють користувачеві пережити змодельовані ситуації через прийняття власних рішень. У контексті висвітлення війни такі підходи могли б застосовуватися для моделювання досвіду цивільного населення, військових подій або розв'язання гуманітарних криз. Водночас саме цей формат найбільше актуалізує питання етичної відповідальності журналістів, оскільки поєднання ігрової логіки з реальними трагічними подіями війни створює ризики спрощення, драматизації або навіть тривіалізації травматичного досвіду.

Загалом підсумуємо, що українські видання в переважній більшості наразі добре освоїли перший, початковий етап VR — формат 360° панорам через обробку відеоматеріалів, відзнятих безпосередньо на місці подій. Багато українських матеріалів і 360° панорам публікуються на YouTube, інтегруються у сайти редакцій або доступні через віртуальні тури, проте їхня класифікація як повноцінної VR-журналістики інколи є предметом наукової дискусії (Кирилова, 2020). Відео у форматі 360° дозволяє глядачу обирати ракурс огляду й отримувати просторовий досвід подій, але без повного інтерактивного управління — що відрізняє їх від повноцінних VR-середовищ.

Більшість редакцій українських медіа поки що не часто застосовують журналістику занурення. Основними причинами цього є обмежені фінансові ресурси, потрібні для реалізації таких проєктів, а також потреба журналістів опановувати нові, нетипові для них технічні навички. У більшості редакцій відсутні системні підходи до створення захопливих імерсивних історій на регулярній основі, а аудиторія поки що проявляє обмежену зацікавленість, сприймаючи такі формати як новий експеримент. Для створення ігор або матеріалів з ефектом занурення потрібна комплексна команда, до складу якої входять програміст, дизайнер, оператор та журналіст. Утримання такої великої команди для проєктів, які поки що є експериментальними, становить значне навантаження для редакцій. Крім того, ефективна розробка VR-проєктів передбачає вміння журналіста обирати історії, які можна адаптувати для перенесення у віртуальне середовище, та взаємодіяти з різними платформами, оскільки перегляд тривимірних відеоматеріалів потребує встановлення спеціалізованих застосунків на смартфонах чи інших пристроях. Технічні складнощі, витрати на навчання персоналу та інвестиції в обладнання хоча й поступово зменшуються, однак залишаються суттєвим бар'єром. Не всі медіа готові вкладати в такі технології, а імерсивні проєкти в Україні частіше сприймаються як іміджеві, аніж як оптимальний засіб донесення інформації.

Водночас засновники «New Cave Media» висловлюють сподівання, що українські редакції з часом будуть рухатися в ногу зі світовими тенденціями у сфері імерсивної журналістики. О. Кирилова (2017) вважає: «На сьогодні імерсивна журналістика має достатньо можливостей для

творення в аудиторії системи емоцій, які, своєю чергою, вибудовують ефект присутності. Оптимальним варіантом функціонування технології можна вважати формат «відео 360°», що є доступним і для виробників продукту, і для споживачів, який уже перестав бути технологічною новинкою для залучення здебільшого молодіжної аудиторії, а перейшов у розряд ще одного сервісу, який розширює функціонал крос-медійної діяльності. Компонування складників VR-ефекту залежно від основи сюжету — занурення чи залученість — суттєво підвищує ефективність повідомлення» (Кирилова, 2017).

Наразі лише два провідні світові медіа — «The New York Times» та «Euronews» — офіційно заявили про намір регулярно створювати імерсивні матеріали в майбутньому. Більшість інших поки що розглядають імерсивний сторітелінг як додатковий, необов'язковий формат і застосовують його епізодично. Водночас редакції активно конкурують за нові аудиторні сегменти. Так, «The New York Times» повідомляє про щомісячне зростання аудиторії міленіалів у цифровому сегменті та планує залучати її через VR-контент, для чого створено спеціальний розділ «Immersive». Орієнтацію на міленіалів також підкреслює британське видання «The Economist», подібну позицію займає «The Wall Street Journal», зазначаючи, що більшість молодих користувачів мобільної версії видання варто залучати до споживання контенту за допомогою сучасних цифрових та імерсивних форматів.

### *Висновки*

Імерсивна журналістика в Україні перебуває на етапі становлення, демонструючи поступову інтеграцію технологій віртуальної реальності в медіапрактику. Український досвід засвідчує, що ці інструменти сьогодні використовуються передусім для висвітлення суспільно значущих тем, зокрема війни, її наслідків і людських історій, що сприяє поглибленню ефекту присутності та формуванню емпатійного сприйняття аудиторією. Українські проекти відображають історичні реконструкції, репортажі про наслідки війни, демонструючи потенціал і межі імерсії в українському медіаландшафті.

Імерсивні формати не лише розширюють виражальні можливості журналістики, але й трансформують сам характер взаємодії аудиторії з контентом — від пасивного споживання до активного досвіду, дослідження й, подекуди, участі. Це відкриває нові перспективи для аналітичного пояснення складних явищ і реконструкції подій, однак водночас підвищує ризики інтерпретаційності та потенційного емоційного впливу. У цьому контексті ключового значення набуває дотримання професійних стандартів і вироблення чітких етичних принципів застосування імерсивних технологій. Для української журналістики важливе забезпечення балансу між інноваційністю подавання та достовірністю, недо-

пущення маніпулятивного впливу на аудиторію, а також чутливе й відповідальне висвітлення травматичного досвіду війни. Отже, імерсивна журналістика в Україні постає як перспективний, але водночас такий, що супроводжується низкою викликів, напрям розвитку медіа, що потребує подальшого теоретичного осмислення, етичного регулювання та інституційного закріплення в межах сучасної медійної практики.

## СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Балук, Н., Басій, Н., Бук, Л., & Вовчанська, О. (2021). VR/AR-технології — новий контент нових медіа. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 49, 196–206.
- «Війна впритул» — проєкт для оцифрування наслідків війни. (2022, 13 квітня). *Вечірній Київ*. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/64829/>
- Віртуально-документальна реальність. (2012). <https://ms.detector.media/onlain-media/post/6892/2012-06-22-virtualno-dokumentalna-realist/>
- Журналістика занурення. Як віртуальна реальність стає частиною професійної освіти*. (2021). <https://www.jta.com.ua/trends/vr-journalism-education/>
- Каленич, В. (2024). Імерсивні технології журналістики в українському та світовому медіапросторі. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 54–55, 212–221.
- Кирилова, О. (2017). Імерсивна журналістика: досвід світових новинних ресурсів. *Вісник Дніпропетровського університету. Соціальні комунікації*, 17, 51–57.
- Кирилова, О. (2019). Імерсивна журналістика: чинники ефективного функціонування. *Communications and Communicative Technologies*, 19, 48–55.
- Кирилова, О. (2020). Українські перспективи імерсивної журналістики. *Communications and Communicative Technologies*, 20, 49–55.
- Редактор Associated Press: віртуальна реальність може стати інструментом для журналістів*. (2015, 1 жовтня). <https://ms.detector.media/onlain-media/post/14315/2015-10-01-redaktor-associated-press-virtualna-realist-mozhe-staty-instrumentom-dlya-zhurnalistiv/>
- Седих, А. (2022). *Розповідати імерсивні історії*. <https://medialab.online/news/211steps/>
- Як віртуальна реальність вплине на журналістику — дослідження Associated Press*. (2017). <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/19989/2017-11-09-yak-virtualna-realist-vplyne-na-zhurnalistyku-doslidzhennya-associated-press/>
- Witmer, B. G., & Singer, M. J. (1998). Measuring Presence in Virtual Environments: A Presence Questionnaire. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 7, 225–240. DOI: 10.1162/105474698565686
- Exploring 'The suite life' of virtual reality*. (2015). <https://www.ap.org/press-releases/2015/exploring-the-suite-life-of-virtual-reality>
- Shin, D., & Biocca, F. (2018). Exploring immersive experience in journalism. *New Media & Society*, 20(8), 2800–2823. DOI:10.1177/1461444817733133

## REFERENCES

- Baluk, N., Basii, N., Buk, L., & Vovchanska, O. (2021). VR/AR-tekhnologii — novyi kontent novykh media [VR/AR technologies — new content of new media]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya Zhurnalistyka*, 49, 196–206 [in Ukrainian].
- Exploring 'The suite life' of virtual reality*. (2015). <https://www.ap.org/press-releases/2015/exploring-the-suite-life-of-virtual-reality> [in English].
- Kalenysh, V. (2024). Imersyivni tekhnologii zhurnalistyky v ukrainskomu ta svitovomu mediaprostori [Immersive Journalism Technologies in the Ukrainian and Global

- Media Space]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya Zhurnalistyka*, 54–55, 212–221 [in Ukrainian].
- Kyrylova, O. (2017). Imersyivna zhurnalistyka: dosvid svitovykh novynykh resursiv [Immersive journalism: experience of world news resources]. *Communications and Communicative Technologies*, 17, 51–57 [in Ukrainian].
- Kyrylova, O. (2019). Imersyivna zhurnalistyka: chynnyky efektyvnoho funktsionuvannya [Immersive journalism: factors of effective functioning]. *Communications and Communicative Technologies*, 19, 48–55 [in Ukrainian].
- Kyrylova, O. (2020). Ukrainski perspektyvy imersyvnoi zhurnalistyky [Ukrainian perspectives of immersive journalism]. *Communications and Communicative Technologies*, 20, 49–55 [in Ukrainian].
- Redaktor Associated Press: virtualna realnist mozhe staty instrumentom dlia zhurnalistiv [Associated Press editor: virtual reality can become a tool for journalists]. (2015, October 1). <https://ms.detector.media/onlain-media/post/14315/2015-10-01-redaktor-associated-press-virtualna-realnist-mozhe-staty-instrumentom-dlya-zhurnalistiv/> [in Ukrainian].
- Shin, D., & Biocca, F. (2018). Exploring immersive experience in journalism. *New Media & Society*, 20(8), 2800–2823. DOI:10.1177/1461444817733133 [in English].
- Siedykh, A. (2022). *Rozpovidaty imersyvni istorii* [Telling immersive stories]. <https://medialab.online/news/211steps/> [in Ukrainian].
- "Viina vpryut" — proiekt dlia otsyfruvannya naslidkiv viiny ["War Up Close" — a project to digitize the consequences of war]. (2022, April 13). *Vechirniy Kyiv*. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/64829/> [in Ukrainian].
- Virtualno-dokumentalna realnist* [Virtual Documentary Reality]. (2012). <https://ms.detector.media/onlain-media/post/6892/2012-06-22-virtualno-dokumentalna-realnist/> [in Ukrainian].
- Witmer, B. G., & Singer, M. J. (1998). Measuring Presence in Virtual Environments: A Presence Questionnaire. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 7, 225–240. DOI: 10.1162/105474698565686 [in English].
- Yak virtualna realnist vplyne na zhurnalistyku — doslidzhennia Associated Press* [How virtual reality will impact journalism — Associated Press study]. (2017). <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/19989/2017-11-09-yak-virtualna-realnist-vplyne-na-zhurnalistyku-doslidzhennya-associated-press/> [in Ukrainian].
- Zhurnalistyka zanurennia. Yak virtualna realnist staie chastynoiu profesiinoi osvity* [Immersive Journalism. How Virtual Reality Becomes Part of Professional Education]. (2021). <https://www.jta.com.ua/trends/vr-journalism-education/> [in Ukrainian].

Надійшла: 03.03.2026; Прийнято: 07.04.2026;

Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.