МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Вплив диджитал-технологій ігрової індустрії на формати і контент медіа»

Виконав: студент 4 курсу, групи 6.0611-1ж
спеціальності С7 журналістика
освітньої програми «Журналістика»
Клименко А. В.
Керівник: доц., к. філол. н. *Тернова. А. І.*
Рецензент: доц., к. соц. ком. *Любченко Ю. В.*

Запоріжжя 2025

ЗМІСТ

Реферат 3
Завдання 4
Вступ 6
Розділ 1. Технологічні інновації ігрової індустрії 8
1.1. Розвиток VR, AR, AI, інтерактивних форматів 8
1.2. Стрімінгові сервіси та їхня роль 14
Розділ 2. Супровідна Записка до творчого проекту 20
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту 20
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту 23
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту 27
2.4. Особливості оформлення проєкту 29
2.5. Технічні і програмні засоби 30
2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо) 31
Висновки 33
Список використаної літератури 36
Додаток А. Список материалів портфоліо 39
Додаток Б. Скріни з проекту 45
Декларація академічної доброчесності 46
Abstract 47

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: Вплив диджитал-технологій ігрової індустрії на формати і контент медіа.

Обсяг основного тексту – 31 сторінка.

Кількість використаних джерел – 40.

Мета роботи – визначити вплив диджитал-технологій ігрової індустрії на сучасні формати та контент медіа.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання:**

1) охарактеризувати теоретичні засади поняття «гейміфікація» та його складники;

2) визначити розуміння гейміфікації у сучасних медіа;

3) створити низку аналітичних публікацій у месенджері Telegram під назвою «Логіка Гри».

4) Об'єкт дослідження: диджитал-технології ігрової індустрії.

Предмет дослідження: процес впливу диджитал-технологій ігрової індустрії на формати і контент медіа.

Формально-змістові характеристики проєкту.

Реалізований проєкт «Логіка Гри» пропонує свіжий та інноваційний погляд на медіаландшафт, використовуючи знайомі геймерам та широкій аудиторії поняття та аналогії з ігрового світу. Це допомагає краще зрозуміти складні процеси, що відбуваються в сучасних медіа, і критично оцінювати їхній вплив. Проєкт формує розуміння «ігрової» природи споживання інформації, її гейміфікованих аспектів та потенційних ризиків і можливостей. Він позиціонує ігри не просто як нішеву розвагу, а як фундаментальну частину сучасної медіаінфраструктури.

Ключові слова: гейміфікація, аудиторія, ігрові технології.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність С7 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В.
_____
«27» травня 2025 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТУ

Клименко Артуру Вячеславовичу

1. Тема роботи: «Вплив диджитал-технологій ігрової індустрії на формати і контент медіа» («The Impact of Digital Technologies of Gaming Industry on Media Formats and Content»),
керівник роботи – Тернова Алла Іллівна, к. філол. н., доц.,
затверджені наказом ЗНУ від «13» травня 2025 року № 596-с.

2. Строк подання студентом роботи – 16 червня 2025 року.

3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: О. Андрієнко, І. Білоус, П. Власенко, А. Гриценко, С. Демчук, В. Єрмоленко, Т. Жук, М. Іваненко.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) охарактеризувати теоретичні засади поняття «гейміфікація» та його складники; 2) визначити розуміння гейміфікації у сучасних медіа; 3) створити низку аналітичних публікацій у месенджері Telegram під назвою «Логіка Гри».

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Тернова А. І., доц.	12.03.2025	12.03.2025
1 розділ	Тернова А. І., доц.	12.03.2025	12.03.2025
2 розділ	Тернова А. І., доц.	21.04.2025	21.04.2025
Висновки, додатки	Тернова А. І., доц.	27.05.2025	27.05.2025

6. Дата видачі завдання 01.02.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт, предмет дослідження.	04.02.2025	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	08.02.2025	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	28.02.2025	Виконано
4	Розробити сценарії матеріалів творчого проєкту. Скласти його опис та обґрунтування.	09.03.2025	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини	19.03.2025	Виконано
6	Написати висновки і оприлюднити матеріали творчого проєкту	27.05.2025	Виконано
7	Оформити роботу відповідно до вимог	27.05.2025	Виконано
8	Пройти процедуру попереднього захисту	28.05.2025	Виконано
9	Пройти процедуру нормоконтролю та рецензування	13.06.2025	Виконано
10	Виправити зауваження і здати роботу на кафедру.	16.06.2025	Виконано

Студент _____ Клименко. А. В.

Керівник роботи _____ Тернова А. І.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Чабаненко М. В.

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасні диджитал-технології, що розвиваються в ігровій індустрії (VR, AR, стрімінгові платформи, інтерактивні наративи), активно впливають на традиційні медіа. Журналістика адаптується до нових форматів подачі інформації, запозичуючи механіки з відеоігор: гейміфікацію контенту, інтерактивність, нові аудіовізуальні рішення. Це формує новий рівень взаємодії з аудиторією та створює нові виклики для журналістів.

Медіасередовище, як сфера комунікацій, що забезпечує суспільство інформацією, змушене реагувати на ці трансформації не лише шляхом зовнішньої адаптації, але й через глибинні зміни у форматах подачі, способах взаємодії з аудиторією, структурах контенту та ціннісних орієнтирах. Актуальним стає питання: яким чином диджитал-технології, що виникають і удосконалюються в межах ігрової індустрії, впливають на природу сучасних медіа і на той спосіб, у який медіа конструюють інформаційну реальність. Сьогодні вже недостатньо просто транслювати новини у традиційному форматі – аудиторіях очікує участі, емоційного залучення, ілюзії присутності, а також гнучкості у виборі інформаційного шляху. Ці очікування формуються під впливом звичних для мільйонів користувачів ігрових механік – від інтерактивних сценаріїв до можливості впливати на хід подій чи обирати способи їх подання.

Журналістика, як один із ключових сегментів медіапростору, стикається з викликами, що вимагають переосмислення її функціональної природи. Уже зараз ми спостерігаємо появу нових форматів, що запозичують принципи побудови ігрового простору – це VR-журналістика, інтерактивні репортажі, сюжетна гейміфікація новинних матеріалів, використання елементів штучного інтелекту для персоналізації подачі новин. Замість лінійного споживання контенту з’являється можливість «проживати» новину, досліджувати тему як у квесті, взаємодіяти з персонажами, інтерфейсом, візуальними елементами, що нагадують механіки популярних відеоігор. Відтак змінюється сам підхід до

створення інформації – журналіст стає не лише автором тексту чи відео, а й дизайнером досвіду для користувача.

Такі трансформації мають не лише технологічний чи стилістичний вимір, а й глибоке соціокультурне значення. Вони впливають на динаміку комунікації, способи формування публічного простору, межі між реальністю й віртуальністю, об'єктивністю й суб’єктивністю. Усе це потребує критичного осмислення та наукового аналізу, адже наслідки впровадження ігрових цифрових технологій у медіа сферу є далекосяжними – від трансформації професійних стандартів журналістики до зміни структури медіаспоживання суспільством загалом. У сучасному інформаційному середовищі, де увага стала цінішою за саму інформацію, методи її утримання та подачі, запозичені з ігрової індустрії, стали не лише актуальними, а й стратегічно необхідними.

Об’єкт дослідження: диджитал-технології ігрової індустрії.

Предмет дослідження: процес впливу диджитал-технологій ігрової індустрії на формати і контент медіа.

Мета дослідження: визначити вплив диджитал-технологій ігрової індустрії на сучасні формати та контент медіа.

У зв`язку з метою роботи поставлені наступні *завдання***:**

1) охарактеризувати теоретичні засади поняття «гейміфікація» та його складники;

2) визначити розуміння гейміфікації у сучасних медіа;

3) створити низку аналітичних публікацій у месенджері Telegram під назвою «Логіка Гри».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Обсяг основної роботи 31 сторінка. Список використаної літератури включає 40 найменувань (викладених на 3 сторінках).

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІХАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Розвиток VR, AR, AI, інтерактивних форматів

У сучасному глобалізованому інформаційному середовищі розвиток цифрових технологій відіграє визначальну роль у трансформації культурних, соціальних, економічних та медіакомунікаційних процесів. Особливо стрімкими є зміни, які відбуваються в результаті інтеграції технологій віртуальної реальності (VR), доповненої реальності (AR), штучного інтелекту (AI) та складних інтерактивних форматів у простір як традиційної, так і цифрової журналістики. Ці інструменти не є ізольованими феноменами – вони взаємодіють між собою, взаємно підсилюють функціонал і продукують нові моделі комунікації, орієнтовані на емоційне занурення, персоналізацію досвіду споживання інформації та активну участь користувача у створенні контенту [13, с.26]

Технології віртуальної реальності (VR), доповненої реальності (AR), штучного інтелекту (AI) та інтерактивних форматів переживають бурхливий розвиток, трансформуючи галузі від розваг до освіти, медицини та промисловості. Ці технології не лише розширюють межі людського досвіду, але й створюють нові способи взаємодії з цифровим і фізичним світом. У цій статті розглядається еволюція VR, AR, AI та інтерактивних форматів, їхній сучасний стан і перспективи розвитку.

Віртуальна реальність, яка дозволяє користувачам занурюватися в повністю цифрове середовище, має коріння в 1960-х роках, коли Мортон Хейліг створив Sensorama – перший пристрій, що поєднував візуальні, звукові та тактильні ефекти. Проте справжній прорив відбувся у 2010-х роках із появою доступних гарнітур, таких як Oculus Rift (2012). Сучасні VR-системи, такі як Meta Quest 3, Valve Index і PlayStation VR2, пропонують високу роздільну здатність, точне відстеження рухів і широкий кут огляду.

VR знайшла застосування в іграх, освіті, архітектурі та медицині.

Наприклад, у медичній сфері VR використовується для тренування хірургів і терапії психологічних розладів, таких як посттравматичний стресовий розлад (ПТСР). У 2025 році VR-ринок оцінюється в десятки мільярдів доларів, із прогнозами зростання завдяки інтеграції з AI та хмарними технологіями. Хмарний VR-стримінг, як у NVIDIA CloudXR, дозволяє запускати складні симуляції на слабких пристроях, що робить технологію більш доступною.

Незважаючи на прогрес, VR стикається з викликами: висока вартість обладнання, потреба в потужних комп'ютерах і проблеми з «кіберхворобою» (motion sickness). Подолання цих бар'єрів шляхом розвитку легших гарнітур і покращення алгоритмів рендерингу залишається пріоритетом.

Доповнена реальність, що накладає цифрові елементи на реальний світ, почала формуватися в 1990-х із перших експериментів у військовій та авіаційній сферах. Справжній поштовх розвитку AR дала поява смартфонів і таких пристроїв, як Microsoft HoloLens (2016) і Apple Vision Pro (2024). AR-технології використовують камери, сенсори та дисплеї для створення змішаного середовища, де реальність і цифра співіснують [2, с. 13]

AR активно застосовується в роздрібній торгівлі (наприклад, віртуальні примірочні IKEA), освіті (інтерактивні підручники), промисловості (AR-інструкції для технічного обслуговування) та розвагах (Pokemon GO). У 2025 р. AR-окуляри стають легшими та енергоефективнішими, а інтеграція з 5G забезпечує швидке завантаження контенту. Apple Vision Pro, наприклад, пропонує просторові обчислення, що дозволяють керувати програмами жестами та голосом.

Основні виклики AR включають обмежену тривалість роботи акумуляторів, складність створення компактних пристроїв і потребу в точному відстеженні оточення. Проте прогрес у мініатюризації та AI-алгоритмах, таких як комп'ютерний зір, сприяє подоланню цих обмежень.

Штучний інтелект є рушійною силою для VR, AR і інтерактивних форматів. AI покращує обробку даних, розпізнавання образів, генерацію контенту та персоналізацію. Наприклад, у VR і AR AI використовується для

створення реалістичних аватарів, розпізнавання жестів і оптимізації рендерингу. Моделі, подібні до тих, що розробляє xAI, дозволяють створювати адаптивні інтерфейси, які реагують на поведінку користувача в реальному часі.

AI також відіграє ключову роль у створенні «метавсесвіту» – віртуального простору, де користувачі взаємодіють через VR і AR. Компанії, такі як Meta і Roblox, використовують AI для генерації 3D-середовищ і модерації контенту. У 2025 році AI-алгоритми, такі як генеративні моделі (наприклад, аналоги DALL-E або Stable Diffusion), дозволяють користувачам створювати власні віртуальні світи без глибоких знань програмування [9, с.18].

Етичні питання, такі як конфіденційність даних і упередженість алгоритмів, залишаються актуальними. Крім того, AI потребує значних обчислювальних ресурсів, що може ускладнювати його інтеграцію в портативні VR/AR-пристрої. Хмарні обчислення та оптимізація моделей, як-от квантові алгоритми, можуть 2 вирішити ці проблеми в майбутньому.

Інтерактивні формати, такі як ігри, віртуальні тури, симулятори та соціальні платформи, є продуктом синергії VR, AR і AI. Наприклад, ігри з підтримкою VR, як-от Half-Life: Alyx, демонструють, як занурення може змінити сприйняття розваг. Соціальні платформи, такі як VRChat і Horizon Worlds, дозволяють користувачам взаємодіяти у віртуальних просторах, а AI забезпечує персоналізований контент і модерацію.

У корпоративному секторі інтерактивні формати використовуються для тренінгів, віртуальних конференцій і колаборативних платформ. Наприклад, Spatial і Microsoft Mesh дозволяють командам працювати в змішаній реальності, де учасники з різних куточків світу можуть взаємодіяти з 3D-моделями. В освіті інтерактивні формати, такі як віртуальні лабораторії, допомагають студентам експериментувати в безпечному середовищі [1, с.7].

Віртуальна реальність, як технологія, що занурює людину в цілковито змодельоване цифрове середовище з високим ступенем інтерактивності, вже змінила низку сфер людської діяльності, зокрема освіту, охорону здоров’я, туризм, військову справу та, передусім, медіаіндустрію. Яскравим прикладом

використання VR у журналістиці є проєкти медіахолдингу The New York Times, які ще з 2015 року активно впроваджують формати віртуальної реальності. Так, ініціатива The Displaced, створена у VR-форматі, розповідає історію трьох дітей, які стали біженцями внаслідок збройних конфліктів у Південному Судані, Сирії та Україні. Цей матеріал не лише інформує, а й занурює глядача в середовище персонажів, викликаючи емпатію, посилюючи емоційний ефект від споживання контенту та підвищуючи рівень його запам'ятовуваності. Завдяки використанню 360-градусного відео, об'ємного звуку та інтерактивного середовища споживач не просто споглядає події – він стає їх безпосереднім свідком.

Доповнена реальність, яка інтегрує цифрові об'єкти у фізичне середовище в реальному часі, створює багатовимірні комунікаційні конструкції, в яких інформація накладається на навколишній простір, розширюючи межі його сприйняття. AR уже використовується багатьма світовими медіаорганізаціями. Так, американська компанія USA Today запустила AR-проєкт 321 Launch, який дозволяє користувачам стежити за запуском ракет у режимі реального часу за допомогою смартфона, надаючи тривимірну візуалізацію ракет, маршруту польоту та технічних характеристик. Подібні рішення перетворюють новини у візуально привабливу, глибоко інформативну та взаємодійну подію. Українські ЗМІ також поступово освоюють ці технології. Наприклад, команда проєкту «Аудіогід AR.UA» створила інтерактивні туристичні маршрути для міст України, де користувачі можуть одночасно сприймати історичний наратив і бачити реконструкції історичних будівель за допомогою смартфонів [6, с. 19].

Штучний інтелект, який базується на складних алгоритмах машинного навчання, нейронних мережах та обробці великих масивів даних, дедалі частіше використовується для автоматизації виробництва медіаконтенту. Одним із найвідоміших прикладів застосування AI у журналістиці є система Heliograf, розроблена The Washington Post. Цей алгоритм, запущений у 2016 році, здатен самостійно писати новини на основі структурованих даних, і лише за перший рік функціонування створив понад 850 матеріалів.

Аналогічно, агенція Associated Press використовує автоматизовані

платформи для генерації новинних заміток з фінансової тематики, що дозволяє збільшити обсяги контенту без залучення додаткових людських ресурсів. Крім того, AI активно застосовується для розпізнавання фейкових новин, аналізу тональності текстів, рекомендаційних систем, а також для створення персоналізованих інформаційних стрічок, що формуються відповідно до поведінкових патернів кожного користувача [23, с. 42].

На українському ринку AI також набуває поширення. Компанія Reface, відома своїм однойменним мобільним додатком, демонструє широкі можливості AI у створенні відеоконтенту, де за допомогою нейромереж змінюються обличчя у відео, що відкриває нові горизонти для реклами, розваг і цифрового мистецтва.

Інтерактивні формати, які ґрунтуються на залученні користувача до активної взаємодії з контентом, поєднують ігрові механіки, нелінійні структури наративу та мультимедійні інструменти для побудови багаторівневої комунікації. Їх вплив виявляється не лише у формальних аспектах подачі інформації, а й у зміні способу мислення аудиторії.

Майбутнє інтерактивних форматів пов’язане з розширенням доступності та інтеграцією з носимими пристроями. У 2025 р. спостерігається зростання популярності тактильних костюмів і рукавичок, які додають фізичну взаємодію до VR/AR-досвіду. Крім того, AI-асистенти, інтегровані в ці платформи, стають більш інтуїтивними, пропонуючи персоналізовані рекомендації та автоматизацію завдань [18, с. 20].

У найближчі роки VR, AR, AI та інтерактивні формати продовжать злиття, створюючи нові можливості для людської взаємодії. Метавсесвіт стане центральною платформою, де ці технології об’єднаються для створення безшовного цифрового досвіду. Ключовими факторами успіху будуть доступність пристроїв, розвиток 5G/6G мереж і вдосконалення AI-алгоритмів. Серед викликів залишаться етичні питання, зокрема захист даних і регулювання контенту. Водночас інновації в області нейроінтерфейсів, таких як Neuralink, можуть революціонізувати взаємодію з VR/AR, дозволяючи керувати пристроями силою думки. У 2030-х роках можна очікувати появи повністю

іммерсивних середовищ, де межі між реальним і віртуальним світом стануть майже непомітними.

VR, AR, AI та інтерактивні формати трансформують наше сприйняття реальності, відкриваючи нові горизонти для роботи, навчання та розваг. Хоча технології стикаються з технічними та етичними викликами, їхній потенціал для створення інноваційних рішень величезний. У найближче десятиліття ці технології стануть невід'ємною частиною нашого життя, змінюючи спосіб взаємодії з інформацією та один з одним [14, с. 18].

Зокрема, BBC випустила цифровий лонгрід The Syrian Journey, у якому читач має змогу пройти шлях сирійського біженця, приймаючи рішення на кожному етапі. Така модель комунікації трансформує користувача з пасивного спостерігача на активного учасника, що не просто споживає інформацію, а рефлексує, вибудовує логічні зв'язки, оцінює етичні дилеми. Схожі інтерактивні матеріали реалізовуються і українськими медіа. Зокрема, «Суспільне» у 2022 р. запустило онлайн-проєкт «Моє місце. Моя історія», у якому глядач може самостійно обирати, як розвиватиметься сюжет у документальному відео про життя людей у регіонах, які постраждали від широкомасштабної війни.

Таким чином, технології VR, AR, AI та інтерактивні формати не лише змінюють технічні можливості медіаіндустрії, але й формують нову філософію інформаційної взаємодії. Замість лінійного наративу, що характерний для традиційних медіа, формується багаторівнева, нелінійна, індивідуалізована інформаційна структура, у якій користувач самостійно визначає траєкторію ознайомлення з контентом [7, с. 34].

Це ставить перед журналістами та медіаекспертами нові виклики: від етичного осмислення алгоритмізації новин до необхідності розробки нових стандартів якості, достовірності, безпеки та авторства у світі, де межа між реальністю і віртуальністю стає все більш розмитою.

1.2. Стрімінгові сервіси та їхня роль

Впродовж останніх двох десятиліть стрімінгові сервіси зазнали надзвичайно динамічного розвитку, перетворившись із допоміжного медіатехнологічного рішення на домінантну форму дистрибуції аудіовізуального контенту, яка докорінно змінила логіку функціонування індустрій кіно, телебачення, музики, інформаційної журналістики, освітніх платформ і навіть соціальної комунікації. Цей феномен став продуктом конвергенції інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема хмарних обчислень, мобільного інтернету, розвитком алгоритмічної аналітики, а також глибоких соціокультурних трансформацій, пов'язаних із зростаючим попитом на негайний доступ до персоналізованого контенту [10, с. 41].

Стрімінгові сервіси стали невід'ємною частиною сучасного інформаційного суспільства, кардинально змінивши спосіб споживання медіаконтенту. Від музики й фільмів до подкастів і прямих трансляцій, ці платформи пропонують користувачам миттєвий доступ до величезного обсягу інформації. У 2025 році стрімінгові сервіси, такі як Netflix, Spotify, YouTube, Twitch і Disney+, домінують у розважальній індустрії, впливаючи на економіку, культуру та технологічний розвиток. Ця стаття аналізує еволюцію стрімінгових сервісів, їхню роль у різних сферах і перспективи розвитку.

Стрімінг як технологія бере початок у 1990-х рр., коли з'явилися перші спроби передачі аудіо та відео через інтернет. RealNetworks у 1995 р. запустила RealPlayer, один із перших плеєрів для потокового відтворення. Однак справжній прорив стався у 2000-х із появою швидкісного інтернету та таких платформ, як YouTube (2005) і Netflix (2007, перехід до стрімінгу). Spotify (2008) революціонізував музичну індустрію, запропонувавши модель підписки замість купівлі альбомів [21, с. 56].

Розвиток широкосмугового інтернету, хмарних обчислень і кодексів, таких як H.264 і H.265, зробив стрімінг більш доступним і якісним. У 2010-х роках стрімінгові сервіси почали домінувати над традиційним телебаченням і фізичними носіями, такими як DVD. До 2025 р. 5G-мережі та вдосконалені

алгоритми стиснення даних дозволяють передавати контент у 4K і 8K якості з мінімальними затримками.

Стрімінгові сервіси радикально змінили розважальну індустрію, зробивши контент доступним на вимогу. Netflix і Disney+ інвестують мільярди доларів у створення оригінального контенту, такого як серіали «Дім Дракона» чи «Дивні дива», конкуруючи з традиційними кіностудіями. YouTube і TikTok демократизували створення контенту, дозволяючи кожному стати творцем. У 2025 р. ринок стрімінгу оцінюється в сотні мільярдів доларів, із мільйонами активних користувачів по всьому світу [32, с. 19].

Стрімінгові платформи стимулюють економіку, створюючи робочі місця у сфері виробництва контенту, технологій і маркетингу. Вони також сприяють розвитку суміжних галузей, таких як хмарні обчислення (Amazon Web Services, Google Cloud) і телекомунікації. Водночас модель підписки забезпечує стабільний дохід для компаній, дозволяючи інвестувати в інновації. Стрімінгові сервіси впливають на культуру, формуючи смаки та тренди. Алгоритми рекомендацій, які використовують штучний інтелект (AI), персоналізують контент, впливаючи на те, що дивляться чи слухають користувачі. Наприклад, Spotify Wrapped став культурним феноменом, надаючи користувачам персоналізовані звіти про їхні музичні вподобання. Водночас глобальний доступ до контенту сприяє культурному обміну, хоча викликає дискусії про культурну гомогенізацію. Стрімінгові платформи, такі як Coursera, YouTube і MasterClass, трансформують освіту, надаючи доступ до курсів і лекцій від провідних експертів. Twitch використовується для стрімінгу навчальних сесій, зокрема з програмування та дизайну. Ці сервіси роблять освіту більш доступною, але також створюють виклики, пов’язані з якістю контенту та його перевіркою.

Штучний інтелект відіграє ключову роль у стрімінгових сервісах, оптимізуючи рекомендації, аналізуючи поведінку користувачів і автоматизуючи модерацію контенту. Наприклад, Netflix використовує AI для прогнозування популярності серіалів, а YouTube – для виявлення порушень авторських прав. У 2025 р. AI також допомагає створювати субтитри, дубляж і навіть генерувати

контент, наприклад, короткі ролики на TikTok. Хмарні технології, такі як Amazon Web Services і Microsoft Azure, забезпечують масштабування стрімінгових платформ. Технології адаптивного бітрейту дозволяють автоматично регулювати якість відео залежно від швидкості інтернету. Крім того, інтеграція з віртуальною (VR) і доповненою реальністю (AR) відкриває нові можливості, як-от інтерактивні концерти чи віртуальні кінозали [35, с. 24].

Ринок стрімінгу є висококонкурентним, що призводить до фрагментації контенту. Користувачі змушені підписуватися на кілька платформ (Netflix, Disney+, HBO Max), щоб отримати доступ до бажаних фільмів чи серіалів. Це викликає 2 «втому від підписок» і зростання піратства. Персоналізація контенту через AI викликає занепокоєння щодо конфіденційності даних. Платформи збирають величезні обсяги інформації про користувачів, що може використовуватися для маніпуляцій чи таргетованої реклами. Крім того, алгоритми рекомендацій можуть створювати «інформаційні бульбашки», обмежуючи різноманітність контенту.

Стрімінг, особливо у високій якості, потребує значних обчислювальних ресурсів, що сприяє викидам CO2 через дата-центри. У 2025 р. компанії, такі як Netflix, впроваджують ініціативи для зниження вуглецевого сліду, наприклад, використання енергоефективних серверів.

У найближчі роки стрімінгові сервіси продовжать інтеграцію з VR, AR і AI. Наприклад, Netflix експериментує з інтерактивними серіалами, де глядачі впливають на сюжет, як у «Чорне дзеркало: Бандерснетч». Twitch і YouTube розвивають гейміфіковані стріми, де аудиторія взаємодіє з контентом у реальному часі. Платформи інвестують у локалізований контент, щоб залучити аудиторію в різних регіонах. Наприклад, Netflix створює серіали в Індії, Кореї та Латинській Америці, що сприяє популяризації місцевих культур.

Водночас глобальний доступ до контенту через 5G і 6G мережі розширює аудиторію. Майбутнє стрімінгу пов’язане з гібридними моделями, що поєднують підписки, рекламу та мікротранзакції. Платформи, такі як YouTube Premium і Spotify, уже пропонують безрекламні опції, тоді як Twitch інтегрує донати та

підписки для стрімерів. Стрімінгові сервіси змінили спосіб споживання медіа, ставши потужним інструментом для розваг, освіти та культурного обміну. Вони стимулюють економічний і технологічний розвиток, але стикаються з викликами, пов'язаними з конкуренцією, етикою та екологічним впливом. У майбутньому інтеграція з AI, VR і AR, а також нові бізнес-моделі зроблять стрімінг ще більш персоналізованим і доступним. Ці платформи залишаться ключовими гравцями в цифровій економіці, формуючи сприйняття інформації та культури [22, с. 10].

Одним із найяскравіших проявів цієї тенденції стало домінування платформи Netflix, яка, почавши в 1997 році як сервіс поштової доставки DVD, у 2007 році запустила стрімінговий сервіс, а вже у 2013 р. – власне виробництво контенту, що означало новий етап у трансформації традиційної медіаекономіки. За даними Netflix, станом на грудень 2023 р. платформа мала понад 260 мільйонів платних підписників по всьому світу. Її контент доступний у понад 190 країнах і охоплює десятки мов, що свідчить про наднаціональний характер цього сервісу. Фільм «The Power of the Dog» режисерки Джейн Кемпіон, вироблений Netflix, здобув 12 номінацій на премію «Оскар» у 2022 році, а стрічка «All Quiet on the Western Front» 2022 р., знята у копродукції з Німеччиною, отримала 4 «Оскари» у 2023 р. Це вказує на те, що стрімінгові платформи більше не лише поширюють контент, а й формують нові глобальні канони кінематографічної естетики.

На рівні телебачення стрімінг створює ефект дезінтеграції лінійного мовлення, адже користувачі отримують можливість формувати власні сітки перегляду, що перетворює споживання контенту з колективного ритуалу на індивідуалізований акт. Hulu, HBO Max, Disney+, Amazon Prime Video – усі ці сервіси активно інвестують у технології персоналізованих рекомендацій, аналізуючи мільярди годин перегляду, дані про поведінку користувачів, тривалість сеансів, частоту натискань паузи та перемотування. У 2023 р. Walt Disney Company повідомила, що понад 50% доходу Disney+ формується завдяки рекомендаційним алгоритмам, які збільшують тривалість взаємодії користувача з платформою до 74 хвилин на добу [15, с. 32].

У сфері музичної індустрії Spotify у 2023 р. налічував понад 574 мільйони

активних користувачів щомісяця, з них 226 мільйонів – преміум-передплатники. Алгоритми Spotify типу Discover Weekly або Release Radar не лише адаптують контент до вподобань користувача, а й кардинально впливають на музичну екосистему. Артисти вимушені орієнтуватися на формат композицій тривалістю до трьох хвилин, придатних для алгоритмічної дистрибуції та розміщення у плейлистах, оскільки система винагороди базується на кількості прослуховувань. Аналітика аудиторій дозволяє навіть локальним виконавцям виходити на міжнародний ринок без посередництва традиційних лейблів. Український гурт «Kalush Orchestra» після перемоги на Євробаченні 2022 р. отримав понад 50 мільйонів стрімів на Spotify за два тижні, що засвідчило можливості глобальної дистрибуції через цифрову платформу.

Інформаційна журналістика також зазнає трансформації під впливом стрімінгу. Платформа YouTube є не лише майданчиком для блогів, але й осередком серйозної журналістики. Розслідувальні матеріали таких проєктів, як Bellingcat або український «BIHUS.info», отримують мільйони переглядів. У 2022 р. розслідування про офшори високопосадовців в Україні, оприлюднене на YouTube-каналі «Слідство. Інфо», стало причиною суспільного резонансу та політичних обговорень на рівні парламенту. Стрімінг тут виконує функцію не лише каналу поширення, а й гаранта доступу до незалежної журналістики в умовах інформаційної турбулентності.

У 2020–2024 рр. також спостерігається стрімке зростання освітніх стрімінгових сервісів. Платформи Coursera, Udemy, edX, Prometheus в Україні забезпечують відеолекції у режимі потокового мовлення, використовуючи адаптивні системи для вимірювання ефективності навчання. У 2023 році близько 87 мільйонів слухачів у світі пройшли хоча б один курс на Coursera, а в Україні понад 1 мільйон користувачів скористалися освітніми ресурсами Prometheus.

В Україні інфраструктура стрімінгових сервісів активно розвивається у воєнний час. Платформи Megogo, Sweet.tv, Divan.tv транслюють як ліцензійний контент, так і надають доступ до національних каналів у режимі 24/7, що стало критично важливим у періоди блекаутів або обмеженого доступу до ефірного

сигналу. У 2022 р. Megogo зареєстрував понад 6 мільйонів активних користувачів на місяць, а під час масованих атак на енергетичну інфраструктуру компанія забезпечувала доступ до інформації через мобільні додатки з оптимізованим споживанням трафіку. Водночас в Україні формується власний сегмент стрімінгового кіновиробництва: серіал «Перший день» виробництва FILM.UA став доступним на Megogo раніше, ніж на національному ТБ, що свідчить про зміщення акцентів у контент-стратегії на користь стрімінгу [24, с. 16].

З соціологічної точки зору, стрімінгові сервіси сприяють сегментації культурного простору, формуючи цифрові спільноти за інтересами, мовою, ідеологією або естетичними уподобаннями. Алгоритми підсилюють ефект інформаційної бульбашки, але одночасно створюють умови для доступу до маргіналізованого контенту. Документальний фільм «Navalny», випущений HBO Max, або фільм «20 днів у Маріуполі», презентований на різних міжнародних платформах, продемонстрували, що стрімінгові сервіси можуть бути інструментами політичного впливу та гуманітарної адвокації на світовій арені.

Отже, стрімінгові сервіси становлять собою складну і багаторівневу інституційну, технологічну та культурну систему, яка не лише інтегрує старі медіа у нову цифрову екосистему, а й створює якісно нові формати, моделі поведінки, системи монетизації, логіку соціального впливу та транснаціонального культурного обміну. Їхня роль у сучасному світі не обмежується функцією розваги, а поширюється на стратегічні сфери – від освіти до інформаційної безпеки, від збереження культурної спадщини до побудови нових форм громадянської участі.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

Назва: «Логіка Гри»

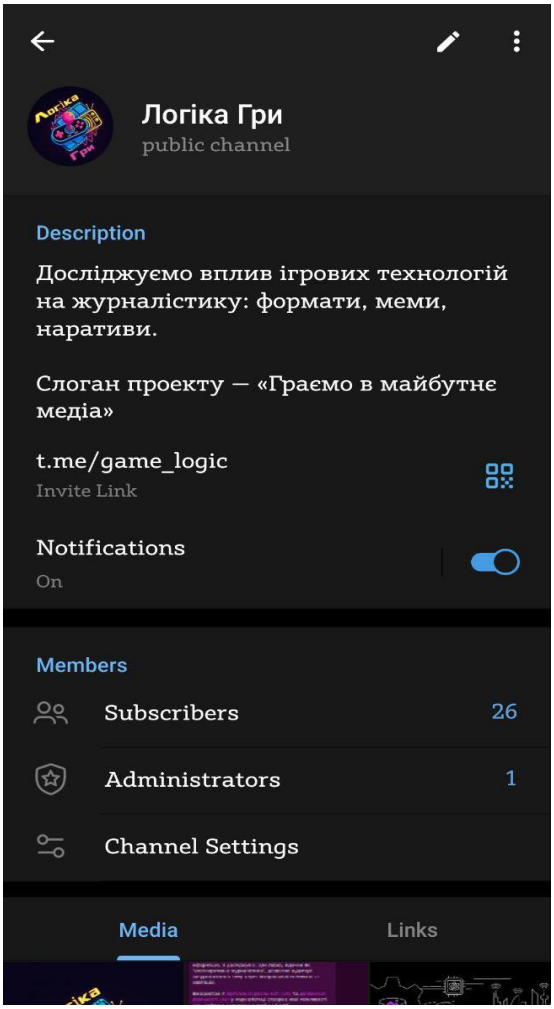


Рисунок 2.1.1 – Меню редагування інформації каналу «Логіка Гри»

Назва у контексті взаємодії та впливу ігрової індустрії на медіа означає глибокий аналіз і розуміння того, як принципи, механіки та моделі поведінки, що характерні для відеоігор, все більше проникають у сферу традиційних і нових медіа, змінюючи їхню суть і функціонування.

Слоган: «Граємо в майбутнє медіа»

Слоган підкреслює інноваційність ігрової індустрії та її вплив на трансформацію медіа. Він акцентує на ідеї, що ігри не лише розважають, а й формують нові формати журналістики, контенту та взаємодії з аудиторією.

Телеграм-канал «Логіка Гри» прагне досліджувати, аналізувати та популяризувати вплив цифрових технологій ігрової індустрії (VR, AR, AI, хмарний геймінг, інтерактивні формати) на сучасні медіа. Видання публікує журналістські матеріали, які висвітлюють, як ігрові технології змінюють формати контенту, способи взаємодії з аудиторією та бізнес-моделі медіа.

Тематика проєкту полягає в:

- Аналізі впливу VR, AR, AI на створення медіаконтенту (наприклад, імерсивна журналістика, інтерактивні репортажі).
- У Ролі стрімінгових платформ (Twitch, YouTube Gaming) у формуванні нових медіаформатів.
- У Впливі ігрових механік (гейміфікація, інтерактивні історії) на журналістику та маркетинг.
- У Трендах в ігровій індустрії та їхнє значення для медіаринку.
- У Кейсах використання ігрових технологій у новинах, освіті, рекламі.

Видання орієнтоване на широку аудиторію, включаючи геймерів, журналістів, маркетологів, розробників і всіх, хто цікавиться перетином технологій і медіа. Контент створюється українською мовою, але також використовує міжнародні джерела для аналізу теми та охоплення міжнародної аудиторії.

Формати контенту:

Аналітичні статті: Невеликі аналітичні публікації, які відстежують вплив ігрових технологій на медіа (75–200 слів).

Кейси: Приклади використання VR/AR у журналістиці чи гейміфікації в медіа.

Відео та подкасти: Обговорення трендів на YouTube і Spotify.

Огляди: Аналіз нових ігор, платформ чи інструментів, що впливають на медіа.

Канали поширення:

Соціальні мережі: Telegram, для коротких новин.

Партнерства: Співпраця з ігровими та медіа-компаніями для крос-промоції.

Логотип «Логіка Гри» складається з неонового зображення у дусі 80хх років (синій геймпад з розовими елементами інтерфейсу, синя кінострічка, жовте радіо), що символізує ігрову та медіа індустрії. Основні кольори – синій (технології, довіра) і рожевий (енергія, пульс), жовтий (емоції). Шрифт на логотипі – в дусі Comic Sans, але більш товстий, що підкреслює грайливість. Логотип адаптивний для використання на сайтах, у соціальних мережах і на друкованих матеріалах.

Символізм: Геймпад, кінострічка та радіо уособлюють цифрову природу ігор і медіа, а рожева пульсація на фоні – їхній вплив на суспільство та швидкість змін у галузі.

Розділ «Про нас»:

Текст для розділу «Про нас»: «Логіка Гри» – це незалежне інтернет-видання, яке досліджує вплив цифрових технологій ігрової індустрії на сучасні медіа. Ми аналізуємо, як віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), штучний інтелект (AI), стрімінгові платформи та інтерактивні формати змінюють способи створення, поширення та споживання контенту. Наша мета – стати платформою для тих, хто хоче зрозуміти, як ігри формують майбутнє журналістики, маркетингу та комунікацій.

Цілі:

- Надавати якісний, аналітичний контент про перетин ігрових технологій і медіа.
- Сприяти діалогу між розробниками, журналістами та аудиторією.
- Популяризувати використання ігрових технологій у журналістиці та освіті.
- Створювати інклюзивну платформу для україномовної та міжнародної аудиторії.

Наша суть: Ми віримо, що ігрова індустрія – це не лише розваги, а й потужний двигун інновацій, який трансформує медіаринок. Від імерсивної журналістики до гейміфікованих новин – ми висвітлюємо тренди, що визначають майбутнє.

Наші матеріали орієнтовані на геймерів, журналістів, маркетологів, розробників і всіх, хто цікавиться інноваціями. Ми прагнемо бути доступними, тому публікуємо контент українською та англійською мовами, використовуючи різноманітні формати – від статей до подкастів.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Телеграм-канал «Логіка Гри» присвячене аналізу впливу цифрових технологій ігрової індустрії (VR, AR, AI, стрімінгові платформи) на формати та контент медіа. Його мета – досліджувати, як ігрові технології трансформують журналістику, маркетинг і комунікації, надаючи якісний аналітичний контент для широкої аудиторії. Для успішного запуску та розвитку видання необхідно чітко визначити цільову аудиторію та розробити ефективну стратегію просування. Цей документ описує характеристики цільової аудиторії та особливості просування «Логіки Гри», враховуючи сучасні тенденції медіаринку та поведінку споживачів.

Цільова аудиторія «Логіки Гри» – це особи, які цікавляться перетином ігрових технологій і медіа, включаючи геймерів, журналістів, маркетологів, розробників і технологічних ентузіастів. Аудиторію можна сегментувати за демографічними, географічними, психографічними та поведінковими характеристиками.

1. Демографічні характеристики

Вік: 18–45 років, із основним акцентом на 25–35 років. Ця вікова група активно споживає цифровий контент і цікавиться інноваціями.

Стать: Чоловіки та жінки однаковою мірою, оскільки тематика видання є універсальною.

Освіта: Вища або середня спеціальна освіта. Аудиторія включає студентів, журналістів, маркетологів, програмістів, які мають аналітичний склад розуму.

Рівень доходу: Середній і вище середнього. Цільова аудиторія має достатній дохід для витрат на цифрові підписки, технологічні гаджети чи відвідування профільних заходів.

Професія: Журналісти, маркетологи, розробники ігор, SMM-менеджери, технологи, студенти профільних спеціальностей (медіа, IT, маркетинг).

2. Географічні характеристики

Місце проживання: Міське населення України (Київ, Львів, Харків, Одеса, Дніпро) та міжнародна аудиторія (США, Канада, країни ЄС), зокрема українська діаспора. Міські жителі мають кращий доступ до інтернету та технологій.

Мови: Українська (основна), англійська (для міжнародної аудиторії). Локалізація контенту забезпечує доступність для глобального ринку.

3. Психографічні характеристики

Інтереси: Ігрова індустрія, цифрові технології (VR, AR, AI), журналістика, маркетинг, гейміфікація, інновації в медіа.

Цінності: Об’єктивність, інноваційність, креативність, доступ до якісної інформації. Аудиторія цінує достовірність і глибокий аналіз.

Стиль життя: Активний, орієнтований на саморозвиток, технології та соціальну взаємодію. Читачі часто є учасниками онлайн-спільнот, відвідують конференції чи стежать за трендами в соціальних мережах.

4. Поведінкові характеристики

Споживання контенту: Активне використання соціальних мереж (Twitter, Instagram, LinkedIn, Telegram), YouTube, подкастів, аналітичних платформ (Medium, Substack).

Прийняття рішень: Аудиторія ретельно перевіряє джерела, довіряє медіа з репутацією незалежності та порівнює інформацію з кількох джерел.

Частота взаємодії: Щоденне або щотижневе відвідування сайту, соціальних мереж чи перегляд мультимедійного контенту.

Сегменти:

Геймери (18–30 років): Цікавляться новими технологіями в іграх і їхнім впливом на медіа.

Журналісти та маркетологи (25–40 років): Шукають інсайти про використання ігрових технологій у професійній діяльності.

Розробники та технологи (25–45 років): Аналізують технічні аспекти VR, AR, AI та їхнє застосування.

Ефективне просування «Логіки Гри» базується на цифрових каналах, враховуючи поведінку цільової аудиторії та сучасні маркетингові тренди. Стратегія включає поєднання соціальних мереж, контент-маркетингу, SEO, партнерств і гейміфікації для максимального охоплення та залученості.

1. Цифровий маркетинг.

Соціальна мережа.

Платформи: Telegram.

Стратегія: Публікація коротких постів, тизерів відео та мемів, що підкреслюють зв’язок ігор і медіа. Наприклад, публікація про різницю між «гравцями» та «NPC» у журналістиці [Додаток А. 69], чи публікація про використання VR як інтерактивний приклад взаємодії з аудиторією [Додаток А. 58].

Інфлюенсери: Співпраця з блогерами у сфері геймінгу (наприклад, українські стрімери на Twitch) та медіаекспертами, які мають аудиторію 10–100 тис. підписників.

Таргетована реклама: Налаштування кампаній у Meta Ads і Google Ads із фокусом на інтереси (геймінг, технології, журналістика) та географію (Україна, США, ЄС).

2. Контент-маркетинг

Для контент-маркетингу Telegram-проєкту "Логіка Гри" ключовим є створення аналітичного, але доступного контенту, що розкриває взаємозв'язок ігрових механік та медіа, використовуючи чіткі візуальні образи та ігрові аналогії. Стратегія передбачає регулярні публікації коротких постів з фото, що охоплюють теми від гейміфікації новинних стрічок до використання ігор як платформ для медіаподій та соціального впливу. Залучення аудиторії досягатиметься через інтерактивні опитування, дискусійні питання та крос-

промоцію в інших соціальних мережах, а також можливе використання таргетованої реклами в Telegram для сталого зростання. 3. SEO та контекстна реклама

SEO: Важливо зосередитися на внутрішній та зовнішній оптимізації. Всередині платформи це означає використання ключових слів у назві (наприклад, «VR, AR, AI, журналістика») описі каналу для кращого пошуку. Зовнішнє SEO включає розміщення посилань на Telegram-канал на інших вебсайтах і в соціальних мережах, реєстрацію в каталогах Telegram-каналів, а також колаборації з іншими блогерами та медіа для залучення нової аудиторії.

Контекстна реклама: Google Ads для залучення користувачів, які шукають інформацію про ігрові технології чи медіатренди.

4. Інтерактивність

Інтерактивний контент: Опитування («Яка технологія змінить медіа найбільше?»), інтерактивні інфографіки, вікторини про ігрові тренди.

Челенджи: Кампанії в соціальних мережах, як-от #ЛогікаГриChallenge, де читачі діляться ідеями використання ігрових технологій у медіа.

5. Партнерства та офлайн-просування

Партнерства: Співпраця з ігровими студіями (наприклад, українськими розробниками), медіа (Liga.net, DOU), технологічними конференціями (GDC, Web Summit).

Офлайн-події: Участь у технологічних виставках, організація воркшопів про гейміфікацію в журналістиці.

Крос-промоція: Обмін контентом із профільними медіа чи блогерами для збільшення охоплення.

6. PR та медіа

Пресрелізи: Розсилка анонсів про запуск видання чи ключові матеріали в технологічні та медіа-видання.

Гостьові статті: Публікації в популярних медіа (наприклад, DOU, AIN.ua) про вплив ігрових технологій.

Відгуки: Стимулювання читачів залишати відгуки на платформах, таких як

Google Reviews, для підвищення довіри.

Очікувані результати та KPI

Охоплення: 5000 унікальних відвідувачів сайту за перші 6 місяців.

Залученість: 60% читачів повертаються щотижня; середній час у месенджері – 3 хвилини.

Конверсія: 5% читачів підписуються на преміум-контент.

Репутація: Визнання як провідного джерела про ігрові технології в медіа.

Цільова аудиторія «Логіки Гри» – це освічені, технологічно підковані особи віком 18–45 років, які цікавляться перетином ігрових технологій і медіа. Їхні інтереси, стиль життя та поведінка в інтернеті визначають стратегію просування, яка спирається на цифрові канали (соціальні мережі, SEO, контент-маркетинг), гейміфікацію та партнерства. Завдяки фокусу на нішеву тематику, мультилінгвальність і інтерактивність, «Логіка Гри» має потенціал стати унікальним голосом у медіапросторі, залучаючи як українську, так і міжнародну аудиторію.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Реалізований проєкт «Логіка Гри» пропонує свіжий та інноваційний погляд на медіаландшафт, використовуючи знайомі геймерам та широкій аудиторії поняття та аналогії з ігрового світу. Це допомагає краще зрозуміти складні процеси, що відбуваються в сучасних медіа, і критично оцінювати їхній вплив. Проєкт формує розуміння "ігрової" природи споживання інформації, її гейміфікованих аспектів та потенційних ризиків і можливостей. Він позиціонує ігри не просто як нішеву розвагу, а як фундаментальну частину сучасної медіаінфраструктури.

Зміст «Логіка Гри» зосереджений на аналізі впливу ігрових технологій на медіаринок, охоплюючи три основні напрями: технології, формати контенту та бізнес-моделі.

1. Технології

Тематика: Аналіз VR, AR, AI, хмарного геймінгу та їхнього впливу на

медіа.

Приклади контенту:

Публікація: «VR-журналістика: досвід The Guardian» [Додаток А. 58].

Публікація: «Новини як квест: подкасти-розслідування» [Додаток А. 56].

Публікація: «Minecraft як медіаінструмент захисту свободи слова» [Додаток А. 52].

2. Формати контенту

Тематика: Дослідження нових медіаформатів, таких як гейміфіковані новини, інтерактивні репортажі, стрімінгові платформи.

Приклади контенту:

Публікація: «Чим новинна стрічка схожа на HUD» [Додаток А. 59].

Публікація: «Ігрові стріми – це вже не гра, а репортаж» [Додаток А. 55].

3. Бізнес-моделі

Тематика: Вплив ігрових технологій на монетизацію медіа, маркетинг і рекламу.

Приклади контенту:

Публікація: «Наступна новина через 5 секунд»: UX чи маніпуляція?» [Додаток А. 61].

Публікація: «Клікбейт – це ігра на дофамін» [Додаток А. 63].

«Логіка Гри» використовує один формат: аналітично-розважальні публікації, з гіперпосиланнями на джерело.

Аналітичні статті: Невеликі за змістом (75–200 слів) про гейміфікацію та її взаємодію з медіа.

Канал поширення.

Соціальні мережа: Telegram.

Організаційна структура

«Логіка Гри» функціонує як авторський проєкт з одноосібною організаційною структурою, де автор цієї кваліфікаційної роботи самостійно виконував усі етапи продакшну. Це охоплювало повний цикл створення контенту: від генерації ідей та концептуалізації тем на перетині ігор та медіа, збору та

аналізу інформації (дослідження кейсів, звітів, статей), до написання та редагування текстів публікацій. Крім того, Артур відповідав за візуальне оформлення кожного посту (підбір та обробка фотографій), а також за стратегічне планування контенту, його публікацію та подальше просування каналу в Telegram. Така модель забезпечує максимальну узгодженість бачення та оперативність у роботі над проєктом.

2.4. Особливості оформлення проєкту

Під час розробки творчого проєкту «Логіка Гри» я свідомо приділяв велику увагу його структурному та візуальному оформленню, що відіграє важливу роль у сприйнятті контенту та підсиленні його журналістської цінності. Основною метою було створення не просто інформаційного ресурсу, а цілісного медіапроєкту, який поєднує змістову глибину з візуальною привабливістю та достовірністю.

Ключовим акцентом у процесі оформлення стало ретельне добирання авторитетних джерел. Для кожного інформаційного блоку я використовував перевірені медіа, наукові публікації та фахову літературу, що дозволило забезпечити об’єктивність і точність викладених матеріалів.

Особливу увагу було приділено і візуальній частині: кожна ілюстрація чи фото, використані в публікаціях, супроводжувались пояснювальним підписом. У підписах я зазначав джерело походження зображення, контекст його використання та його значення в межах теми. Це дозволило уникнути маніпуляцій з візуальним контентом і сприяло прозорості комунікації з аудиторією.

Проєкт структуровано у вигляді Telegram-каналу з поділом на тематичні рубрики:

- У рубриці початковій рубриці без назви я надав вступні матеріали, які окреслюють актуальність впливу ігрової індустрії на сучасні медіа.
- У рубриці «Доповнена журналістика» зосередився на аналізі конкретних технологій (VR, AR, гейміфікація) та навів реальні кейси використання цих

інструментів у сучасних редакціях.

- У рубриці «Майбутнє» я узагальнив досвід, зроблені висновки, вказав на потенціал розвитку напрямку.

2.5. Технічні і програмні засоби

Під час реалізації творчого проєкту «Логіка Гри» я активно використовував сучасні цифрові інструменти, що дало змогу реалізувати задумані візуальні рішення та створити унікальний стиль каналу. Оскільки проєкт реалізовувався у форматі онлайн-медіа, важливим було не лише змістове наповнення, а й візуальне представлення кожної публікації.

Для ілюстрацій до окремих матеріалів було застосовано нейромережу Gemini – генератор зображень, який дозволив отримати унікальні візуальні образи за заданими текстовими описами. Цей інструмент значно пришвидшив процес створення ілюстративного контенту та зробив його стиль послідовним у межах проєкту. Логотип каналу також створено за допомогою Gemini, після чого було виконано додаткову корекцію кольору у програмі Adobe Photoshop. Це дозволило досягти візуального балансу, підкреслити ключові елементи композиції. Для обробки тексту на логотипі я скористався мобільним застосунком Phonto, який дозволив не лише обрати шрифт, а й надати напису об’ємності та графіті-ефекту. Це допомогло зробити логотип більш динамічним і привабливим для цифрової аудиторії.

З метою очищення фінального зображення від дрібних артефактів після редагування, а також для обрізки елементів та точного позиціонування об’єктів, я застосував графічний редактор ibisPaint X. Ця програма дозволила точно скоригувати форму та розміщення елементів логотипу й підготувати його до розміщення на медіа-ресурсах проєкту.

Таким чином, поєднання нейромережевих генераторів, професійного десктопного софту і мобільних застосунків забезпечило ефективне створення візуального контенту і продемонструвало практичне володіння сучасними технічними засобами, що є необхідними для цифрового журналіста сьогодення.

2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)

Мій професійний шлях у журналістиці розпочався з роботи в інформаційно-довідковому міському порталі «ЗаБор», де я займався створенням новинних заміток, репортажів та аналітичних матеріалів, зокрема з огляду цін. Попри важливість цього досвіду для формування базових журналістських навичок, тематичне спрямування порталу було далеким від моїх професійних інтересів – відеоігрової журналістики.

Проходив стажування на порталі «ЗаБор» з 9 грудня 2021 р. по 28 лютого 2022 р. Частину публікацій у портфоліо на зазначив, через те, що не маю до них доступу. Деякі були видалені, деякі я не зміг знайти.

Прагнення реалізувати себе в цій сфері знайшло втілення у моїй позапрофесійній діяльності – в соціальному месенджері Amino, де я долучився до онлайн-громади, присвяченої відеоігровій серії *The Elder Scrolls*. Спершу я вивчав активність користувачів, а згодом – став автором матеріалів для фанатського видання «Вороной Курьер». Згодом мені було довірено посаду головного редактора.

Працював над цим виданням з 2021 р. по 2023 р., хоча фактично я ще знаходжусь у статусі головного редактора. Якщо до цієї платформи знову зросте зацікавленість у аудиторії, я повернусь до свої обов’язків.

У цій ролі я не лише писав публікації – про фанатську творчість, розслідування щодо нових релізів, студію-розробника тощо, – але й реформував саме видання: оновив візуальний стиль (створив нову обкладинку із зображенням чорного коня на тлі сонця, що сходить), запровадив нові рубрики, серед яких – «Кінозал», що дозволяло спілкуватися з читачами у прямому ефірі. Ми перейшли до щотижневої публікації новин, що значно підвищило залучення аудиторії.

Попри зниження активності українського сегменту мережі Amino – через зміну власників і відсутність інвестицій у просування платформи – я продовжую вважати цей період одним із найцінніших у своєму професійному становленні.

Творчий проєкт «Логіка Гри» є логічним продовженням цього досвіду. У

ньому поєднано особистий інтерес до відеоігор з фаховим аналізом медіа-індустрії, розкривши питання взаємодії журналістики з геймінгом, а також потенціал використання технологій з ігрового світу у сфері масової комунікації. Цілком вірогідно, що це дослідження займе гідне місце у авторському журналістському портфоліо й стане основою для подальшого розвитку в улюбленій сфері.

ВИСНОВКИ

Телеграм-канал «Логіка Гри» є інноваційним проєктом, який займає унікальну нішу на медіаринку, досліджуючи вплив цифрових технологій ігрової індустрії, таких як віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), штучний інтелект (AI) та стрімінгові сервіси, на формати та контент сучасних медіа. Завдяки чітко визначеній меті – надавати аналітичний, об'єктивний контент про перетин ігрових технологій і медіа – проєкт має потенціал стати провідною платформою для геймерів, журналістів, маркетологів і розробників. Ці висновки підсумовують ключові аспекти проєкту, його сильні сторони, виклики та перспективи розвитку, підкреслюючи його значення в сучасному медіапросторі.

По-перше, «Логіка Гри» вирізняється своєю нішевою спрямованістю, яка поєднує ігрову індустрію та медіа. Фокус на таких темах, як імерсивна журналістика, гейміфікація новин чи вплив стрімінгових платформ, робить видання унікальним, оскільки більшість медіа не приділяють достатньої уваги цій тематиці. Цільова аудиторія – освічені особи віком 18–45 років, включаючи геймерів, журналістів, маркетологів і розробників – є активною та технологічно підкованою, що забезпечує попит на аналітичний контент. Мультилінгвальність (контент українською та англійською) дозволяє охопити як українську аудиторію, так і міжнародну, зокрема українську діаспору в США, Канаді та ЄС. Це особливо актуально в контексті зростаючого глобального інтересу до технологій і медіа.

По-друге, проєкт пропонує лише один формат контенту – аналітичні статті – що не буде перенавантажувати аудиторію зайвими форматами відповідає сучасним трендам споживання інформації.

Незважаючи на сильні сторони, «Логіка Гри» стикається з викликами. По-перше, забезпечення фінансової стабільності є ключовою проблемою. Незалежність від комерційного чи політичного впливу вимагає диверсифікації джерел доходу – грантів, донатів, партнерств і платної підписки. Однак

залучення достатньої кількості платних підписників може бути складним через конкуренцію з безкоштовними медіа. По-друге, конкуренція на медіаринку є високою, особливо з боку технологічних видань, таких як AIN.ua чи DOU, які також висвітлюють ігрові технології. По-третє, просування в соціальних мережах залежить від алгоритмів, які обмежують органічне охоплення, що вимагає інвестицій у таргетовану рекламу.

Перспективи розвитку «Логіки Гри» є обнадійлиними за умови реалізації стратегічного підходу. Досягнення цільового показника в 10 000 унікальних відвідувачів на місяць протягом першого року є реалістичним за рахунок SEO-оптимізації, співпраці з інфлюенсерами та створення вірусного контенту. Мультилінгвальність відкриває можливості для міжнародного ринку, особливо в країнах із розвиненою ігровою індустрією (США, Японія, ЄС). Впровадження платної підписки на ексклюзивний контент, наприклад аналітичні звіти чи вебінари з експертами, може забезпечити стабільне фінансування. Крім того, гейміфікація, як-от челенджі чи рейтинги, сприятиме утриманню аудиторії та формуванню спільноти.

Соціальний вплив проєкту також є значним. «Логіка Гри» сприяє популяризації ігрових технологій у медіа, підвищуючи обізнаність про їхні можливості в журналістиці, маркетингу та освіті. Наприклад, висвітлення кейсів використання VR у репортажах може надихнути медіаорганізації експериментувати з імерсивними форматами. Діалог між геймерами, журналістами та розробниками, який підтримує видання, сприяє обміну ідеями та інноваціям. У довгостроковій перспективі «Логіка Гри» може стати платформою для створення нових стандартів у медіа, інтегруючи ігрові технології в повсякденну практику.

У підсумку, «Логіка Гри» є перспективним проєктом, який поєднує нішеву тематику, інноваційні формати та мультилінгвальність. Його сильні сторони – унікальна спрямованість, різноманітність контенту, інтерактивність і редакційна незалежність – створюють міцну основу для успіху. Виклики, пов’язані з фінансуванням, конкуренцією та просуванням, потребують стратегічного

підходу, зокрема інвестицій у маркетинг і партнерства. Завдяки фокусу на перетин ігрових технологій і медіа, «Логіка Гри» має потенціал стати впливовим голосом у медіапросторі, сприяючи інноваціям і діалогу в Україні та за її межами.

Загалом портфоліо дипломної роботи налічує 98 різнопланових робіт, що демонструють широкий спектр практичних навичок та досвіду. З них 50 публікацій було створено для Telegram-каналу "Логіка Гри", які є результатом творчої роботи. 32 роботи було виконано під час стажування в "Інформаційно-довідковому міському порталі ЗаБор", що свідчить про досвід у створенні матеріалів для онлайн-ЗМІ. Ще 16 робіт підготовлено для видання "Вороной Курьер" на платформі Amino.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрієнко О. В. Технології віртуальної реальності в ігровій індустрії. Київ : Видавництво КПІ, 2023. 180 с.

2. Білоус І. П. Штучний інтелект у розробці ігор: сучасні підходи. Львів : ЛНУ, 2022. 120 с.

3. Власенко П. О. Стрімінгові сервіси та їх вплив на геймінг. Харків : ХНУ, 2024. 95 с.

4. Гриценко А. М. Доповнена реальність: від Pokemon GO до майбутнього. Одеса : ОНУ, 2021. 150 с.

5. Демчук С. В. Інтерактивні формати в іграх: нові горизонти. Київ : НаУКМА, 2023. 200 с.

6. Єрмоленко В. І. Хмарні технології в ігровій індустрії. Дніпро : ДНУ, 2022. 130 с.

7. Жук Т. О. VR та AR: виклики та перспективи. Львів : Видавництво ЛП, 2023. 160 с.

8. Іваненко М. С. Роль AI у створенні ігрових світів. Київ : КНУ, 2024. 140 с.

9. Коваленко Ю. В. Стрімінг ігор: нові бізнес-моделі. Харків : ХНЕУ, 2023. 110 с.

10. Лозовий Р. П. Технологічні тренди в ігровій індустрії. Одеса : Видавництво ОНУ, 2022. 170 с.

11. Матвійчук О. Л. Інновації в іграх: від VR до метавсесвітів. Київ : Видавництво КПІ, 2024. 190 с.

12. Нестеренко В. Г. Вплив стрімінгових платформ на ігрову індустрію. Львів : ЛНУ, 2023. 100 с.

13. Олійник Д. В. AI та процедурна генерація в іграх. Харків : ХНУ, 2022. 125 с.

14. Павленко І. М. Віртуальна реальність: нові можливості для геймерів. Київ : НаУКМА, 2023. 145 с.

15. Романюк О. С. Стрімінгові сервіси: виклики та перспективи. Одеса : ОНУ, 2024. 105 с.

16. Сидоренко А. В. Інтерактивність у сучасних іграх. Дніпро : ДНУ, 2023. 135 с.

17. Ткачук М. П. AR у геймінгу : від Pokemon GO до майбутнього. Київ : КНУ, 2022. 155 с.

18. Федоренко С. О. Хмарний геймінг: технології та ринки. Львів : Видавництво ЛП, 2023. 120 с.

19. Цимбал Н. В. Штучний інтелект у іграх: еволюція NPC. Харків : ХНЕУ, 2024. 115 с.

20. Чорний П. І. VR та ігрова індустрія: сучасний стан. Київ : Видавництво КПІ, 2023. 175 с.

21. Швець О. М. Стрімінгові платформи: вплив на гравців. Одеса : ОНУ, 2023. 100 с.

22. Яковенко В. В. Інноваційні формати в іграх. Львів : ЛНУ, 2022. 130 с.

23. Anderson J. Virtual Reality in Gaming: Trends and Challenges. New York : Tech Press, 2023. 200 p.

24. Brown T. The Role of AI in Modern Game Development. London : GameTech, 2022. 180 p.

25. Chen L. Cloud Gaming: Opportunities and Limitations. San Francisco : Tech Insights, 2024. 150 p.

26. Davis R. Augmented Reality in Mobile Gaming. Boston : AR Press, 2023. 170 p.

27. Evans P. Streaming Services and the Future of Gaming. Chicago : GameWorld, 2022. 160 p.

28. Foster M. Interactive Storytelling in Games. Los Angeles : Creative Press, 2023. 190 p.

29. Green S. AI-Driven Game Worlds: Procedural Generation. Seattle : Tech Books, 2024. 140 p.

30. Harris J. The Impact of VR on Gaming Experiences. London : VR Insights, 2023. 155 p.

31. Johnson K. Cloud Gaming and Accessibility. New York : GameTech, 2022. 130 p.

32. Lee H. AR and VR: Transforming the Gaming Industry. San Francisco : Future Press, 2023. 175 p.

33. Martin D. The Evolution of Streaming Platforms. Chicago : TechWorld, 2024. 120 p.

34. Patel S. AI in NPCs: Creating Realistic Behaviors. Boston : AI Press, 2023. 145 p.

35. Smith A. The Rise of Cloud Gaming Services. London : Game Insights, 2022. 160 p.

36. Taylor R. Interactive Formats in Modern Games. New York : Creative Tech, 2023. 180 p.

37. Thompson L. VR Gaming: Challenges and Opportunities. Seattle : VR World, 2024. 150 p.

38. Wilson T. Streaming and Social Gaming. Los Angeles : Social Press, 2023. 140 p.

39. Young C. Procedural Content Generation in Games. Chicago : GameTech, 2022. 130 p.

40. Zhang W. The Future of AR in Gaming. San Francisco : AR Insights, 2024. 165 p.

ДОДАТОК А
СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

Інтернет-матеріали:

1. Огляд «Морровинд живёт – Усердный энтузиаст продолжает работать над игрой!». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 28.07.2021. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/morrovind-zhiviot-userdnyi-entuziast-prodolzhaet-rabotat-nad-igroi/LvJo_zbi8uM13ovRdWWGpQzn3wjWe6px53

2. Розслідування «Фил Спенсер поделился своим мнением касательно выхода The Elder Scrolls VI». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 04.08.2021. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/fil-spenser-podelilsia-svoim-mneniem-kasatelno-vykhoda-the-elder-scrolls-vi/6Xpl_dYFzuKpezjVQQ2WM15rdod5DjENGR

3. Дайджест «Вороной Курьер |14.08.21|». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 14.08.2021. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/voronoi-kurer-14-08-21/ebeg_zKS3ue5DWLVzdxQmPXWMxob2Y47g

4. Інформаційне повідомлення «Набор персонала в кинозал». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 23.08.2021. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/nabor-personala-v-kinozal/bmB6_zesouM6rbr71PjNGoMLB222xpB5L

5. Опитування «Контент для расписания кинозала». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 25.08.2021. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/kontent-dlia-raspisaniia-kinozala/VoYz_kvT7uPv8KQ4YR4vr2e6e1xJw1zVad

6. Замітка «В Украину вступил закон о запрете пластиковых пакетов: к чему стоит готовиться запорожцам». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 10.12.2021. https://zabor.zp.ua/new/v-ukraine-vstupil-v-silu-zakon-o-zaprete-plastikovykh-paketov-k-chemu-stoit-gotovitsya-zaporozhtsam

7. Огляд «Пакетная истерия в Запорожье: какие цены на пластиковые пакеты выставили торговые сети». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 14.12.2021. https://zabor.zp.ua/new/paketnaya-isteriya-v-zaporozhe-kakie-tseny-na-plastikovye-pakety-vystavili-torgovye-seti-foto

8. Репортаж «В Запорожье губернатор прощаясь с плавкраном Захарий заявил, что снова ждет его в городе». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 22.12.2021. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-gubernator-proshchayas-s-plavkranom-zakhariy-zayavil-chto-snova-zhdet-ego-v-gorode-foto-video

9. Огляд «Запорожье вошло в ТОП-2 городов, где на новогодние украшения потратили больше всего денег». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 23.12.2021. https://zabor.zp.ua/new/zaporozhe-voshlo-v-top-2-gorodov-gde-na-novogodnie-ukrasheniya-potratili-bolshe-vsego-deneg

10. Замітка «Запорожская Детская железная дорога возобновляет свою работу». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 23.12.2021. https://zabor.zp.ua/new/zaporozhskaya-detskaya-zheleznaya-doroga-vozobnovlyaet-svob-rabotu-grafik

11. Замітка «В Запорожье построят новый спортивный комплекс в следующем году». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 24.12.2021. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-postroyat-novyy-sportivnyy-kompleks-v-sleduyushchem-godu

12. Замітка «В Запорожье появилось видео избиения пенсионера: нападавшего просят опознать». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 27.12.2021. Зhttps://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-poyavilos-video-izbieniya-pensionera-napadavshego-prosyat-opoznat

13. Огляд «Дед Морозы, Снегурочки и Санта Клаусы в Запорожье: сколько стоят новогодние поздравления?!». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 28.12.2021. https://zabor.zp.ua/new/ded-morozy-snegurochki-i-santa-klausy-v-zaporozhe-skolko-stoyat-novogodnie-pozdravleniya

14. Огляд «Энтузиасты The Elder Scrolls продолжают удивлять: в этот раз демонстрация сразу двух игр». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 30.12.2021. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/entuziasty-the-elder-scrolls-prodolzhaiut-udivliat-v-etot-raz-demonstratsiia-srazu-dvukh-igr/Mnga_j2tku2W2Noka3D8K3QEZQ1W51Q06l

15. Замітка «Среди лучших ёлок Украины, главная ёлка Запорожья занимает 1 место в опросе». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 03.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/sredi-luchshikh-elok-ukrainy-glavnaya-elka-zaporozhya-zanimaet-1-mesto-v-oprose

16. Замітка «В Запорожье собаки напали на ребенка и покусали его». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 03.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-sobaki-napali-na-rebenka-i-pokusali-ego-video

17. Замітка «Уехавшая в Россию Ани Лорак даст концерт в Запорожье: известна дата и цена билетов». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 05.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/uekhavshaya-v-rossiyu-ani-lorak-dast-kontsert-v-zaporozhe-izvestna-data-i-tsena-biletov

18. Замітка «В Запорожском музее можно побегать на беговых дорожках». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 08.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhskom-muzee-mozhno-pobegat-na-begovykh-dorozhkakh-foto

19. Замітка «Юная гимнастка из Запорожья побила национальный рекорд Украины». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 09.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/yunaya-gimnastka-iz-zaporozhya-pobila-natsionalnyy-rekord-ukrainy-video

20. Замітка «В Запорожье петиция против поднятия цен на проезд в маршрутках набрала необходимое количество голосов». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 10.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-petitsiya-protiv-podnyatiya-tsen-na-proezd-v-marshrutkakh-nabrala-neobkhodimoe-kolichestvo-golosov

21. Замітка «В Украине в 2022 году хотят ввести талоны на питание». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 10.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-ukraine-v-2022-godu-khotyat-vvesti-talony-na-pitanie

22. Замітка «В Запорожье молодой человек сделал предложение девушке во время спектакля». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 10.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-molodoy-chelovek-sdelal-predlozhenie-devushke-vo-vremya-spektaklya-video

23. Замітка «В Запорожье мэрия продолжает бороться с торговыми прицепами на улицах». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 10.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-meriya-prodolzhaet-borotsya-s-torgovymi-pritsepami-na-ulitsakh

24. Замітка «В Запорожской области произошло ЧП на производстве: парень попал под пресс». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 11.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhskoy-oblasti-proizoshlo-chp-na-proizvodstve-paren-popal-pod-press

25. Замітка «В Запорожье мужчина получил удар ножом в грудь». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 11.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-muzhchina-poluchil-udar-nozhom-v-grud

26. Замітка «Запорожская громада признана одной из лучших в Украине». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 11.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/zaporozhskaya-gromada-priznana-odnoy-iz-luchshikh-v-ukraine

27. Замітка «В Запорожской мэрии рассказали, как будут рассматривать повышение цены на проезд в общественном транспорте». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 12.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhskoy-merii-rasskazali-kak-budut-rassmatrivat-povyshenie-tseny-na-proezd-v-obshchestvennom-transporte

28. Замітка «Треш в Запорожье: женщина превратила квартиру в мусорную свалку, в которой чуть не сгорела». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 12.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/tresh-v-zaporozhe-zhenshchina-prevratila-kvartiru-v-musornuyu-svalku-v-kotoroy-chut-ne-sgorela-video

29. Замітка «В Запорожье заметно сократят количество мест для ковидных пациентов в больницах». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 13.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-zametno-sokratyat-kolichestvo-mest-dlya-kovidnykh-patsientov-v-bolnitsakh

30. Замітка «В Запорожской области сбили ребенка: девочка погибла в карете скорой помощи». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 13.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhskoy-oblasti-sbili-rebenka-devochka-pogibla-v-karete-skoroy-pomoshchi-foto

31. Огляд «Где и как в Запорожье можно окунуться на Крещение». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 13.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/gde-i-kak-v-zaporozhe-mozhno-okunutsya-na-kreshchenie

32. Замітка «Запорожские депутаты рассматривают возможность опреснить Азовское море с помощью Каховского водохранилища». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 14.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/zaporozhskie-deputaty-rassmatrivayut-vozmozhnost-opresnit-azovskoe-more-s-pomoshchyu-kakhovskogo-vodokhranilishcha

33. Замітка «Запорожский Святой Николай на Хортице продолжит принимать гостей до 23 января». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 14.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/zaporozhskiy-svyatoy-nikolay-na-khortitse-prodolzhit-prinimat-gostey-do-23-yanvarya

34. Замітка «Как выглядит новый сквер в Запорожье». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 17.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/kak-vyglyadit-novyy-skver-v-zaporozhe-foto

35. Замітка «В Запорожской области парень жестоко убил семейную пару из-за 10 тысяч долларов». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 19.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhskoy-oblasti-paren-zhestoko-ubil-semeynuyu-paru-iz-za-10-tysyach-dollarov

36. Замітка «В Запорожье депутаты рассмотрят петицию о работе общественного транспорта ночью». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 24.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-deputaty-rassmotryat-petitsiyu-o-rabote-nochnogo-transporta

37. Замітка «В Запорожье многодетной матери нужна пересадка легких после врачебной ошибки». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 26.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-mnogodetnoy-materi-nuzhna-peresadka-legkikh-posle-vrachebnoy-oshibki

38. Анонс «НАПОМИНАЕМ: анонс нового приключения ESO сегодня в онлайне!». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 27.01.2022. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/napominaem-anons-novogo-prikliucheniia-eso-segodnia-v-onlaine/QLvY_oJcXue2rzbnEN5v7Jx4WGYELZKXnz

39. Замітка «В Запорожье санаторий Великий Луг передали в коммунальную собственность облсовета». Інформаційно-довідковий міський портал ЗаБор. 28.01.2022. https://zabor.zp.ua/new/v-zaporozhe-sanatoriy-velikiy-lug-peredali-v-kommunalnuyu-sobstvennost-oblsoveta

40. Огляд «Будущее обновление кронного магазина 7.3.0». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 11.02.2022. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/budushchee-obnovlenie-kronnogo-magazina-7-3-0/Wax7_znSXuRPXpzbwNKgVDbbMQrXPn6m1E

41. Опитування «Контент для кинозала». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 06.11.2022. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/kontent-dlia-kinozala/a4xW_eKS0uKrRD0XgB1bKxM5N51G07Zlrw

42. Замітка «RTX Remix на примере Morrowind». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 13.04.2023. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/rtx-remix-na-primere-morrowind/nreL_WKcLulnV2PD3e81VzB0Z8YaKeZzb

43. Огляд «Вороной Курьер - Спидран Редгарда». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 01.06.2022. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/voronoi-kurer-spidran-redgarda/nreL_WKcLu8R0xrNDe0Wa613ovjJM0WkVE

44. Опитування «Каких блогеров по вселенной ТЕС вы знаете?». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 04.06.2023. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/kakikh-blogerov-po-vselennoi-tes-vy-znaete/005K_eNckuQ6PnDxkR1PrzbQ3Kq47eeP5j

45. Опитування «Внутриигрвовая литература». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 04.08.2023. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/vnutriigrvovaia-literatura/nreL_WKcLuVGgg3G88wna75Yen07bvRZJ8

46. Опитування «Контрольный опрос». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 05.08.2023. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/kontrolnyi-opros/Pxr5_jVumuNWmrgppvmR3XG8Gal4J4q8Yr

47. Анонс «Вороной Курьер: обновление». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 02.11.2023. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/voronoi-kurer-obnovlenie/KrVB_k1cMuwWZx0n5oXn3YW8mx4eBj2XLv

48. Рецензія «Рецензии от Скриби: Храбрый маленький Скриб». Видання у онлайн-громаді TESRU Вороной Курьер. 15.11.2023. https://aminoapps.com/c/tesru/page/blog/retsenzii-ot-skribi-khrabryi-malenkii-skrib/JZ6R_zludur7WNkNQ5MQQ117eek1YNGQMp

49. Аналітична публікація «Fortnite як медіаплатформа нового покоління». Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/6

50. Аналітична публікація «Roblox – платформа для медіаосвіти і критичного мислення». Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/7

51. Аналітична публікація «GTA RP: коли рольова гра моделює журналістику краще за підручник» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/8

52. Аналітична публікація «Minecraft як медіаінструмент захисту свободи слова» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/9

53. Аналітична публікація «Not For Broadcast – симулятор редакційного вибору і медіаманіпуляцій» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/10

54. Аналітична публікація «Чому гравці краще за медіа передають емоції війни» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/11

55. Аналітична публікація «Ігрові стріми – це вже не гра, а репортаж» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/12

56. Аналітична публікація «Новини як квест: подкасти-розслідування» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/13

57. Аналітична публікація «TikTok для геймерів: коротка форма, великі новини» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/14

58. Аналітична публікація «VR-журналістика: досвід The Guardian» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/15

59. Аналітична публікація «Чим новинна стрічка схожа на HUD» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/16

60. Аналітична публікація «Медіа як гейм-меню: як виглядає вхід у інформацію» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/17

61. Аналітична публікація «Наступна новина через 5 секунд»: UX чи маніпуляція?» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/20

62. Аналітична публікація «Прогортання новин = фарм досвіду?» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/21

63. Аналітична публікація «Клікбейт – це ігра на дофамін» Телеграм-канал «Логіка Гри». 26.05.2025. https://t.me/game_logic/22

64. Аналітична публікація «Сторітелінг через вибір: приклад інтерактивних матеріалів BBC» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/23

65. Аналітична публікація «Журналістика у форматі "експлорингу" (навігація, занурення)» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/24

66. Аналітична публікація «Реакції = гейм-статистика: чому лайки – це скора смерть» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/25

67. Аналітична публікація «Карта медіасвітів: як побудовані інформаційні екосистеми» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/26

68. Аналітична публікація «News-quest: як Telegram-канали змушують «грати»» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/27

69. Аналітична публікація «Хто в медіа є гравцем? Хто – NPC?» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/28

70. Аналітична публікація «Кастомізація журналіста: вигляд, голос, аватар». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/30

71. Аналітична публікація «Меми як візуальна культура новин» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/29

72. Аналітична публікація «Чи можна навчити журналістиці через гру?» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/31

73. Аналітична публікація «Нова реальність: ігри як основний рушій медіа». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/32

74. Аналітична публікація «Технологічна основа: ключові цифрові інновації з ігор» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/33

75. Аналітична публікація «Ігрові рушії: нова голлівудська виробнича студія» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/34

76. Аналітична публікація «ШІ в журналістиці: від ігрових NPC до медіа-асистентів» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/35

77. Аналітична публікація «Ризики використання ШІ в медіа: уроки з ігрової індустрії» Телеграм-канал «Логіка Гри». 27.05.2025. https://t.me/game_logic/36

78. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Автоматизація, персоналізація та етичні виклики» Телеграм-канал «Логіка Гри». 29.05.2025. https://t.me/game_logic/37

79. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Автоматизація від Reuters та Associated Press» Телеграм-канал «Логіка Гри». 29.05.2025. https://t.me/game_logic/38

80. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Відповідь медіаіндустрії» Телеграм-канал «Логіка Гри». 29.05.2025. https://t.me/game_logic/40

81. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Хмарні технології - новий рівень ефективності в медіа». 29.05.2025. https://t.me/game_logic/41

82. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Практичні приклади впровадження хмарних технологійТелеграм-канал «Логіка Гри». 29.05.2025. https://t.me/game_logic/42

83. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Виклики та ризики» Телеграм-канал «Логіка Гри». 01.06.2025. https://t.me/game_logic/44

84. Аналітична публікація «Доповнена журналістика.Занурення в новини нового покоління» Телеграм-канал «Логіка Гри». 01.06.2025. https://t.me/game_logic/45

85. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Дослідження Georgia Tech» Телеграм-канал «Логіка Гри». 01.06.2025. https://t.me/game_logic/46

86. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Від конфліктів до екологіїї» Телеграм-канал «Логіка Гри». 01.06.2025. https://t.me/game_logic/47

87. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Емоції та розуміння» Телеграм-канал «Логіка Гри». 1.06.2025. https://t.me/game_logic/48

88. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Виклики та перспективи» Телеграм-канал «Логіка Гри». 1.06.2025. https://t.me/game_logic/49

89. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Дослідження підтверджують нову реальність медіа» Телеграм-канал «Логіка Гри». 04.06.2025. https://t.me/game_logic/50

90. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Віртуальні новинні редакції по всьому світу» Телеграм-канал «Логіка Гри». 04.06.2025. https://t.me/game_logic/50

91. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Віртуальні редакції та віртуальний розум» Телеграм-канал «Логіка Гри». 04.06.2025. https://t.me/game_logic/52

92. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Інклюзивність та доступ до талантів» Телеграм-канал «Логіка Гри». 04.06.2025. https://t.me/game_logic/54

93. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Хмарна редакція в дії» Телеграм-канал «Логіка Гри». 04.06.2025. https://t.me/game_logic/55

94. Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Співпраця та навчання у віртуальному середовищі» Телеграм-канал «Логіка Гри». 04.06.2025. https://t.me/game_logic/56

95. Аналітична публікація «Майбутнє. Журналістика вже сьогодні» Телеграм-канал «Логіка Гри». 04.06.2025. https://t.me/game_logic/57

96. Аналітична публікація «Майбутнє. Підсумки» Телеграм-канал «Логіка Гри». 04.06.2025. https://t.me/game_logic/58

97. Аналітична публікація «Майбутнє. Еволюція журналістики» Телеграм-канал «Логіка Гри». 04.06.2025. https://t.me/game_logic/59

98. Інформаційне повідомлення «Це не фінал!». Телеграм-канал «Логіка Гри». 05.06.2025. https://t.me/game_logic/60

ДОДАТОК Б
СКРІНИ З ПРОЄКТУ

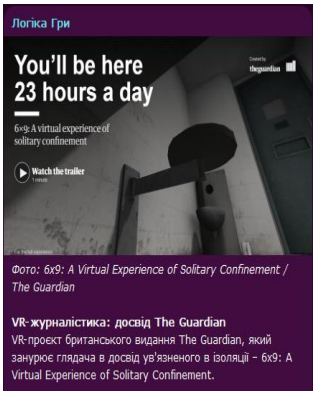


Рисунок Б.1 – Аналітична публікація «VR-журналістика: досвід The Guardian»



Рисунок Б.2 – Аналітична публікація «Minecraft як медіаінструмент захисту свободи слова»

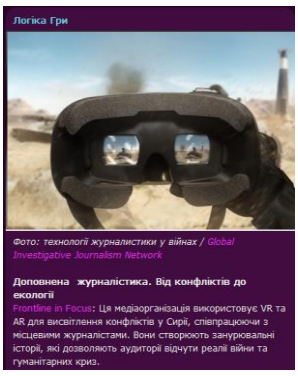


Рисунок Б.3 – Аналітична публікація «Доповнена журналістика. Від конфліктів до екологіїї»

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я Клименко Артур Вячеславович, студент 4 курсу, форми навчання очної, факультету журналістики, спеціальність журналістики, адреса електронної пошти arturklmnk@gmail.com, - підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Вплив диджитал-технологій ігрової індустрії на формати і контент медіа» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____ Підпис_____ ПІБ (студент) Клименко А. В.

Дата_____ Підпис_____ ПІБ (науковий керівник) Тернова А. І.

ABSTRACT

Bachelor's thesis topic: The Impact of Digital Technologies of Gaming Industry on Media Formats and Content.

The purpose of the work is to determine the impact of digital technologies in the gaming industry on modern media formats and content.

To achieve the goal of the study, we completed the following tasks:

1. Analyzed the main technological trends in the gaming industry (VR, AR, streaming platforms, interactive narratives).
2. Investigated how these technologies change journalistic formats (VR journalism, interactive reporting, news gamification).
3. Determined the impact of digital technologies from the gaming industry on modern media formats and content.
4. Characterized the theoretical foundations of the concept of "gamification" and its components.
5. Created a series of analytical publications in the Telegram messenger titled "Game Logic."

Object of research: digital technologies of the gaming industry.

Subject of research: the process of influence of digital technologies of the gaming industry on media formats and content.

Formal and content characteristics of the project. The implemented Game Logic project is a unique project that combines the analysis of gaming technologies with their impact on the media market. With a well-defined target audience, diverse content formats, and strategic distribution channels, the publication has the potential to become an influential player in the media space. Independence, innovation, and focus on niche topics provide a competitive advantage, while gamification and multilingualism contribute to attracting a wide audience.

Keywords: gamification, audience, game technologies.