

Иммерсивная журналистика в России и мире

Научный руководитель – Богуславская Олеся Владимировна

Безугова Алёна Владимировна

Студент (бакалавр)

Институт филологии и языковой коммуникации Сибирского федерального университета,
Красноярск, Россия

E-mail: alena98bezuglova@gmail.com

Современный мир стремительно развивается, и уже сейчас стоит вопрос о будущем журналистики. Процессы виртуализации, дигитализации и цифровизации влияют на медиа, способствуя изменениям в сфере распространения информации. На смену традиционным СМИ приходят так называемые «новые медиа», отличие которых состоит в интерактивности, мультимедийности, использовании новых технологий передачи информации (например, VR). Таким образом возникла совершенно новая форма подачи материала - иммерсивная журналистика. Она является следующим уровнем развития визуальной журналистики, который «связан с совмещением физического и виртуального пространства» [1].

Эффект «иммерсии» - это эффект погружения или присутствия. Он достигается при помощи специальных компьютерных технологий - виртуальной и дополненной реальности и видео 360 градусов. Помимо этого, необходимы специальный шлем или очки VR, а также смартфон, где транслируется видеоролик. Суть эффекта иммерсии заключается в изменении восприятия наблюдателя: он превращается из внешнего наблюдателя во внутреннего. При этом возникает ряд психологических эффектов, таких как ощущение присутствия и участия в том или ином событии [2].

Основательницей медиаплатформы «Журналистика погружения» является бывший корреспондент Newsweek и автор газеты The New York Times Нонни де ла Пенья. В своем выступлении на конференции TED она рассказывает, что ее давно интересовала тема совмещения VR и журналистики [3]. Для нее главное - это поместить человека внутрь события, чтобы он смог пережить это и прочувствовать весь спектр эмоций. Тогда переданная информация действительно будет иметь воздействие, и зритель поймет всю сущность проблемы.

Иммерсивная журналистика имеет как плюсы, так и минусы. Плюсы - это полное или частичное погружение в историю, объективное предоставление информации без участия третьих лиц, зритель лучше ее воспринимает и испытывает определенные эмоции, контент имеет воздействие - люди задумываются о проблеме, VR помогает передать атмосферу вокруг действия. Однако минусы заключаются в следующем: дорогостоящее оборудование (например, камера для съемки видео в формате 360 градусов Jaunt Camera стоит \95000), , , , VR, .

В современной практике СМИ VR-формат подачи информации постепенно вводится. По мнению Замкова, журналистский VR-контент - «это «настольная» модель событий, требующих присутствия в полевых или экстремальных условиях: репортажей из горячих точек (военных действий, бедствий)» [4]. Такой контент уже создают ведущие мировые медиа. Первыми VR-проектами были «Голод в Лос-Анджелесе» и «Сирия», выполненные командой Нонни де ла Пенья в 2012 году. Они записывали звуки, снимали фото и видео с мест событий, чтобы потом в точности воссоздать искусственную реальность с помощью компьютерной графики.

Американское издание «The New York Times» выпускает материалы в формате 360-градусного видео. Самое известное - «The Displaced» («Вытесненные»), повествующее о детях, оставшихся без крова из-за гражданских войн. Также есть приложение NYT VR, где каждый владелец смартфона на базе iOS и Android может самостоятельно изучить подобного рода видео.

«Contrast VR» - новая медиа-студия телекомпании Аль-Джазира, где осуществляется производство VR-контента с 2017 года. На сайте указано, что они создают такой контент для передачи всей глубины проблемы (истории): «Contrast VR co-produces and distributes immersive content transporting audiences deep into the depth of each story». У проекта есть канал на YouTube, где загружено (на момент публикации статьи) 43 видео в формате 360 градусов. Каждое из них повествует о жизни и культуре народов мира, их проблемах. Самый популярный видеоролик «Inside a Rohingya Refugee Camp» («Внутри лагеря беженцев рохинджа»), в котором показан быт людей, их условия жизни в Бангладеш - месте, куда им пришлось бежать.

Популярная в Америке телевизионная компания American Broadcasting Company (ABC), в частности ее подразделение ABC News, также выпускает передачи в VR. Например, «Walk down the 2017 Oscars red carpet with a 360 view» («Прогулка по красной ковровой дорожке. Оскар 2017») или «Dancing with the Stars» («Танцы со звездами»). Это развлекательные 360-видео, зрители которых почти становятся участниками событий.

Иммерсивная журналистика развивается и в России. Телеканал Russia Today тоже занимается созданием видео в формате 360 градусов с 2015 года. RT является первым СМИ, который начал производить новости с эффектом иммерсии. Помимо этого, RT первыми показали космос в формате VR в проекте «Космос 360». У них также имеется мобильное приложение RT360 для просмотра видеороликов, которых, к слову, насчитывается уже более 130.

Журналистика погружения является частью «новых медиа». Это новый формат подачи информации, который совмещает в себе мультимедийность, интерактивность, эффект иммерсии и эффект присутствия. Иммерсивная журналистика была создана с целью показать события так, как они происходили на самом деле, объективно, без чьей либо точки зрения. Несмотря на существующие минусы такой технологии подачи информации, у нее есть множество плюсов, что выделяет ее среди остальных способов. Иммерсивная журналистика активно развивается на Западе, однако мне бы хотелось, чтобы этому явлению также уделялось больше внимания и в России.

Источники и литература

- 1) Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А.Г. Качкаева [и др.]; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой; М.: Изд. дом ВШЭ, 2017. – 413 с.
- 2) Замков, А.В. Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемам образования / А. В. Замков, М. А. Крашенинникова, М.М. Лукина, Н.А. Цынарева // Современные информационные технологии и ИТ-образование. – 2017. – Т. 13. № 1. – С. 166–172.
- 3) Де ла Пенья, Н. Будущее новостей? Виртуальная реальность [Электронный ресурс] / Н. де ла Пенья // TED Talk. – 2015. – Режим доступа: https://www.ted.com/talks/nonny_de_la_pena_the_future_of_news_virtual_reality?language=ru
- 4) Замков А.В. О виртуальном расширении медиареальности [Электронный ресурс] / А.В. Замков // Медиаскоп. – 2017. Вып. 3. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2351>