

## Виртуальная реальность как ступень развития визуальной журналистики

Научный руководитель – Ильченко Сергей Николаевич

*Горбань П.В.<sup>1</sup>, Ильченко С.Н.<sup>2</sup>*

1 - Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: p.gorban@inbox.ru*; 2 - Санкт-Петербургская государственная академия театрального искусства, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: gorban.absolem@gmail.com*

Журналистика давно пытается привлечь внимание аудитории к опасным или просто значимым местам и событиям, до которых зрители физически не могут добраться. Интернет и миллиард плоских экранов позволяют перманентно обмениваться контентом по всему миру. Редакции всё чаще внедряют в создаваемые материалы 360-градусные видео и VR технологии, что, как правило, сопровождается титаническими усилиями по созданию даже коротких 15-20 секундных вставок. Технологии погружения приобретают максимальную ценность для журналистики, когда мы говорим об одной из её основных миссий - создании эмпатии. [Джексон, 2015]

С точки зрения повествования и независимо от выбранной технологии, королем по-прежнему является контент. Выбор сюжетной линии перевешивает все существующие интерактивные возможности. Статичные фотографии не вызывают такого полноценного ощущения присутствия. Иммерсивные пространства позволяют самому решать, в каком моменте остановиться, сколько это займет времени и как этим распоряжаться. Вместе с тем, технология довольно интуитивна, переключение между частями контента происходит вполне естественно. Использование в истории главного героя также имеет большое значение и существенно облегчает запоминание истории.

Разберемся с терминологией. На данный момент, виртуальная реальность и иммерсивное повествование происходит в нескольких формах: «виртуальная реальность» (virtual reality - VR), которая создает среду, которая позволяет людям «присутствовать» в альтернативной среде; «дополненная реальность», которая существует путем наложения реальности, виртуальных объектов и информации; и «сферические» или «360-градусные» видео, на которых запечатлен весь эпизод и зритель может смотреть вверх, вниз и вокруг себя. «Иммерсивный» - это термин, который относится к степени, в которой виртуальная среда погружает перцептивную систему пользователя в генерируемые компьютером стимулы. Чем больше система захватывает чувства и блокирует стимулы из физического мира, тем больше система считается иммерсивной. [Биока и Делани, 1995, 57] В данном исследовании мы подробнее остановились на виртуальной реальности и 360-градусных видео.

Термин «виртуальная реальность» (virtual reality) был первоначально придуман в 1989 году Джароном Ланье, основателем VPL Research.[Рубин, 2017] Термин относился к «иммерсивной виртуальной реальности» (immersive virtual reality), когда пользователь полностью погружается в искусственный, трехмерный мир, сгенерированный при помощи компьютерной графики. Пользователь может исследовать виртуальную среду во всех направлениях, включая глубину. По сути, одним из главных различий между компьютерной (Computer Generated - CG) VR и 360-градусным видео (т.е. «кинематографическим VR») является использование технологий видеоигр в реальном времени для адаптации среды к взаимодействию с пользователем. Получается, что, хотя пользователь может выбирать угол обзора в конкретном эпизоде, его действия не влияют на прогрессию просматриваемого 360-градусного видео. Кроме того, кинематографическое видео страдает от тех

же недостатков, что и традиционная фотография: объекты, расположенные дальше от камеры, будут лишены деталей или потенциально даже будут не в фокусе.

На сегодняшний день существует несколько разновидностей иммерсивных пространств. Самая простая и универсальная форма погружения - 360-градусная фотография. Еще в 2005 году студент кафедры фотожурналистики Зак Вайс взял 20 панорамных фотографий и, потратив примерно четыре часа, сшил их наложением одна на другую при помощи программ PanoTools и QuicktimeVR. Вайс создал захватывающее 360-градусное изображение последствий урагана «Катрина», который обрушился на Новый Орлеан в том же году. В то время как продолжаются дискуссии по поводу того, являются ли 360-градусные видео элементом VR или самостоятельной технологией, никто не отрицает их способность погружать людей в происходящее. [Дамиани, 2016]

К сожалению, в настоящее время нет способа понять, например, является ли зарождающаяся грамматика повествования с погружением дезориентиром для аудитории, как найти баланс между погружением и предоставлением фактов, сколько информации в форматах 360/VR может воспринять аудитория новостей через эти средства массовой информации и какова разница с традиционными способами передачи информации?

По результатам обзорного исследования нами выдвинута гипотеза о том, что контент, созданный в рамках иммерсивной журналистики, вызывает более яркую реакцию аудитории, а содержание материала на более длительный период остается в памяти и анализируется. Правдивость данной гипотезы будет проверена нами в дальнейших исследованиях.

Необходимо помнить, что VR ни в коем случае не является универсальным решением для развития эмпатии у всех пользователей. Как и любое другое средство повествования, его сила заключается не только в «таланте журналиста», но и в контекстуальной близости аудитории к конкретным темам. Технология сама по себе столь же уязвима для перенасыщения событиями, как и любая другая среда. [Арчер, 2018, 7]

### Источники и литература

- 1) Archer Dan, Finger Katharina. Walking in Another's Virtual Shoes: Do 360-Degree Video News Stories Generate Empathy in Viewers? Tow Center for Digital Journalism A Tow/Knight Report. March, 2018.
- 2) Damiani Jesse. The Great Semantic Divide: Virtual Reality vs. 360-Degree Video. Upload, August 29, 2016, URL: <https://uploadvr.com/virtual-reality-vs-360-degree-video-semantic-divide/>
- 3) Doyle Patrick, Gelman Mitche, and Gill Sam. Viewing the Future? Virtual Reality in Journalism. Knight Foundation, March 13, 2016. URL: <https://knightfoundation.org/reports/vrjournalism>
- 4) Philip L. Jackson et al. EEVEE: The Empathy-Enhancing Virtual Evolving Environment. Frontiers in Human Neuroscience, March 10, 2015. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnhum.2015.00112/full>
- 5) Rubin Peter. A Conversation With Jaron Lanier, Vr Juggernaut. November, 21, 2017. The Wired. URL: <https://www.wired.com/story/jaron-lanier-vr-interview/>
- 6) Sarah Hill. 360 Video vs. Regular Video: A Case Study. MediaShift, May 12, 2016. URL: <http://mediashift.org/2016/05/360-video-vs-regular-video-our-casestudy/>
- 7) Steuer Jonathan. Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. Journal of Communication, Volume 42, Issue 4, 1 December 1992, Pages 73–93. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1992.tb00812.x>