

Секция «Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Воздействие виртуальной реальности на психоэмоциональное состояние человека

Научный руководитель – Марусенков Вячеслав Валентинович

Шимохин Богдан Сергеевич

Студент (специалист)

Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А.Герасимова,
Москва, Россия

E-mail: shimohinsergei@gmail.com

В исследовании с искусствоведческой точки зрения рассматриваются аудиовизуальные произведения, выполненные в формате виртуальной реальности. Автор анализирует изобразительные новшества технологии, ее образовательный потенциал, воздействие на психоэмоциональное состояние человека.

Прежде, чем переходить к анализу произведений в формате виртуальной реальности, стоит отметить, что все такие аудиовизуальные произведения относятся к категории «новых медиа». Эта категория включает в себя компьютерные, цифровые технологии и сетевые коммуникации, следовательно, это новые формы коммуникации производителя информации с ее потребителем [1, с. 360]. Сфера новых медиа, в том числе связанных с аудиовизуальным способом передачи информации, чрезвычайно обширна [2, с. 131] и активно развивается сегодня. При этом, в отечественной литературе она исследована крайне поверхностно.

Еще до появления всеобщей тенденции к производству фильмов в формате виртуальной реальности, актуализировались новые формы и способы коммуникации со зрителем, в кино стал востребованным формат Screenlife, отличающийся от традиционного формата повествования, кино постепенно начало заимствовать у игровой, компьютерной индустрии некоторые характерные элементы, как в фильме «Хардкор» (реж. Илья Найшуллер, 2016), где главный герой был представлен в типичном для компьютерных игр виде «от первого лица».

Обращение производителей аудиовизуальных материалов к категории новых медиа во многом спровоцировала пандемия COVID-19. Она оказала воздействие на многие сферы жизни, в том числе и на экранные медиа. Стали массово производиться сериалы и фильмы в формате Screenlife, VR.

Механизмы идентификации аудитории с героем, присущие классическому киноповествованию, в формате Screenlife, как и в формате VR претерпели значительные изменения. Диегетическим пространством этих фильмов становится «рабочий стол» компьютера или смартфона, а идентификация с персонажами происходит через элементы диалоговых окон. Знакомый интерфейс мессенджеров и приложений позволяет медиапользователю понять героя, поставить себя на его место.

Сегодня виртуальная и дополненная реальность становятся неотъемлемыми форматами коммуникации. Показателен пример Международной выставки-форума «Россия», где на стендах всех регионов Российской Федерации так или иначе были использованы технологии дополненной и виртуальной реальности. От первых опытов Мортон Хейлига до повсеместного использования технологии прошло более полувека, за это время у нового формата появилось много приемов и средств художественной выразительности. Уже появились не только фильмы в этом формате, но и сериалы.

Появление фильмов и сериалов для очков виртуальной реальности открыло большую область феноменологических вопросов о природе этой реальности, а также о природе самого кино.

В первую очередь, возник вопрос о возможности относить данные фильмы к экранным произведениям. Ведь технология VR не предполагает наличие экрана. Однако, ясно, что нарративная, сюжетная и изобразительная составляющие VR-фильмов ненамного отличаются от классических повествовательных фильмов, лишь интерактивностью и трансляцией информации непосредственно на сенсорные каналы восприятия. Таким образом, можно объявить, если не тождественность, то принципиальное сходство виртуальной реальности и художественного пространства фильма.

Приходя в зал, зритель оказывается перед экраном, экран становится «проводником» в художественное пространство фильма, в его фильмическую реальность. Из истории кинематографа мы знаем о дихотомии «Эдисон – Люмьеры», которая предполагает не только противоборство индивидуального и массового просмотра, но и экранный, и неэкранный форматы. Дело в том, что кинетоскоп Эдисона не предполагал наличия экрана.

Изображение транслировалось через окуляр, непосредственно на сетчатку глаза. Этот способ репрезентации фильмической реальности наиболее схож с современной виртуальной реальностью, при погружении в которую зрителю надевают на голову шлем, представляющий собой, как раз окуляр. Модель Люмьеров же предполагала включение действительности (ее пространства и времени) в трансляцию информации фильмической реальности, посредством экрана. Как известно, модель трансляции фильмической реальности Эдисона не нашла широкого применения. А последующее формирование кинематографии использовало исключительно модель Люмьеров. Важнейшим отличием этих моделей стала различная степень вовлеченности зрителя в художественное пространство фильма.

Ключевым моментом, привнесенным современными медиа в процесс «погружения», является то, что они не оставляют альтернативного хронотопа, кроме хронотопа произведения. В очках виртуальной реальности, в отличие от экранных произведений или живописи, существует только одно пространство и одно время – фильмические. Именно такая интенсификация зрительского внимания представляется наиболее удобной формой для проведения обучения. Во-первых у обучающегося значительно повышается концентрация на учебном материале, ввиду отсутствия отвлекающих факторов. Во-вторых усвоение учебного материала происходит значительно быстрее за счет игровой иммерсионной формы произведений этого формата. Кроме того, возрастает обучающий потенциал материала. При помощи технологии виртуальной реальности можно демонстрировать не только недоступные взору процессы, замедлять или ускорять скорость их течения, но также демонстрировать недоступные локации - природные ландшафты, памятники архитектуры, модели разрушенных городов, реконструировать быт тех или иных народов.

Описанный выше больший информационный и аттрактивный потенциал виртуальной реальности в сравнении с классическими экранными произведениями нуждается в серьезном научном исследовании. Для этого был проведен комплекс исследований на базе ВГИК им. С.А. Герасимова с привлечением студентов продюсерского факультета. Участникам исследования было предложено пройти анкетирование для определения психоэмоционального состояния, затем, в зависимости от группы, было предложено: контрольной - посмотреть классическое экранное произведение; экспериментальной - кинопроизведение в формате виртуальной реальности. Затем было проведено повторное анкетирование. По результатам исследования было установлено, что произведения в формате виртуальной реальности вызывают больший зрительский отклик, вызывая положительные эмоции у реципиентов.

Источники и литература

- 1) Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007. — 464 с.
- 2) Савицкая Т.Е. Открывая новую социально-культурную парадигму: плюсы и минусы технологии дополненной реальности. // Обсерватория культуры. 2014. №4 С. 129-136.