

Проблемы теории журналистики

УДК 070.41

DOI: 10.28995/2073-6355-2018-1-65-74

Н.Я. Макарова, Д.О. Махнева

Журналистика виртуальной реальности: изменение телевизионного репортажа и профессиональных компетенций журналиста

Статья посвящена формату журналистики виртуальной реальности. Развитие нового формата СМИ приводит к трансформации традиционных журналистских жанров, в частности репортажа. Основная ценность виртуальной реальности для журналистики заключается в возможности модификации эффекта присутствия в эффект погружения, который обеспечивает прочность эмоциональной связи зрителя и события, освещаемого в репортаже. Динамика развития репортажа в формате VR-технологий обуславливает и изменение компетенций журналиста.

Ключевые слова: журналистика виртуальной реальности, современные СМИ, профессиональные компетенции журналиста, иммерсивная журналистика, телевизионный репортаж.

Развитие информационного общества и новых форматов подачи журналистского материала в Интернете привело к глобальному кризису в печатных СМИ и попыткам поиска традиционными медиа новых способов привлечения аудитории и взаимодействия с ней. Одним из форматов, привлекающих новое поколение и отвечающих понятию «интерактивность», стала виртуальная реальность. В то время как СМИ активно осваивают Интернет, в частности социальные сети, успели появиться такие приборы, как 3D-очки, очки VR, панорамные камеры, снимающие видео в формате 360 градусов, смартфоны, способные заменить профессиональную фотокамеру, улучшились программы и компьютеры для создания и обработки различной графики. Сегодня все эти приспособления журналисты используют для создания своих проектов.

Благодаря развитию технологий появился формат виртуальной реальности, который находит свое применение и в системе массовых коммуникаций. С 2012 г. (даты появления первого проекта в данном формате в журналистике) этот формат с каждым годом укрепляет свои позиции.

Формат виртуальной реальности направлен на усиление взаимодействия между СМИ и его аудиторией, создание такой связи между СМИ и человеком, при которой человек становится субъектом в системе массовых коммуникаций, а не объектом, потребляющим информацию. Зритель теперь испытывает не «эффект присутствия», а «эффект погружения» в смоделированную реальность, и он ощущает себя действующим лицом описываемых событий, способным повлиять на их ход.

Для российской исследовательской практики журналистика виртуальной реальности пока скорее *terra incognita*. Первые шаги в изучении этого формата предприняты в работах А. Сухачевой (2015) и М. Корнева (2017). При этом примеров внедрения VR-технологий в отечественной журналистике пока нет, но исходя из тенденций развития очевидно, что в ближайшее время российский зритель увидит репортажи в формате виртуальной реальности. В американской научной среде начиная с 2012 г. было выпущено несколько масштабных научных исследований, посвященных данной теме. Родоначальником формата журналистики виртуальной реальности (VR-журналистика) считается репортер журнала *Newsweek* Нонни Де ла Пенья. Она дебютировала на кинематографическом фестивале Sundance с репортажем «Голод в Лос-Анджелесе», рассказав о людях, стоящих в очереди за продуктами¹. Техническое обеспечение репортажа осуществлял студент Калифорнийского университета Палмер Лаки, который изобрел очки виртуальной реальности (очки VR). Успех задуманного был колоссальным. За ним последовала волна репортажей в формате виртуальной реальности в других изданиях.

Рассмотрим подробнее понятие журналистики виртуальной реальности. Согласно Нонни Де ла Пенья, «погружение в виртуальную реальность для новостей из первых рук» подчеркивает, что это – формат журналистики, в котором производство контента направлено на достижение у человека, потребляющего его с помощью определенных технических средств (компьютерных шлемов, очков, гаджета), эффекта присутствия путем моделирования виртуальной реальности, отражающей реальную действительность². Сегодняшний новый интерактивный способ подачи информации в американской теории журналистики считается одним из самых перспективных с точки зрения завоевания популярности у аудитории³.

До проекта Де ла Пенья многие ученые говорили о том, что понятия «журналистика» и «виртуальная реальность» несовместимы друг с другом⁴. Одна из главных целей журналистики – передавать информацию о событии. Напротив, виртуальная реальность – вымышленная реальность, и в понятии «виртуальная» нет ничего общего с информированием аудитории о текущих событиях. Теперь стало очевидно, что журналистика виртуальной реальности уже сегодня является неотъемлемым элементом в сфере медиа.

Коллектив ученых во главе с Ранеом Аронсон-Рафом из The Tow Centre Колумбийского университета трактует формат виртуальной реальности как «опыт работы в формате иммерсивной журналистики (журналистики погружения), который повторяет как реальную, так и вымышленную окружающую среду и позволяет пользователям взаимодействовать с этой средой так, будто они находятся в ней»⁵. Другими словами, если Де ла Пенья говорит о новостном контенте, то представители The Tow Centre – о документальных жанрах журналистики, но сходятся они в том, что цель журналистики виртуальной реальности – не просто представить факты, а дать человеку возможность их пережить.

Человека, который потребляет материал формата виртуальной реальности, нельзя считать ни зрителем, ни читателем, ни слушателем. Для подобного явления Де ла Пенья использует понятие «диджитал аватар» – анимационное 3D воплощение человека, через которое этот человек видит окружающую виртуальную среду. Подобный аватар производит эффект присутствия, ради которого и была создана журналистика виртуальной реальности⁶.

Аналитик Forbes Стивен Розенбаум отмечает, что журналистика виртуальной реальности меняет не только формат работы самого журналиста, но и отношения между ним и человеком, потребляющим информацию. Этот человек перестает быть обычным зрителем или читателем, он становится участником события⁷.

Годы исследований и развития журналистики привели к тому, что многие американские ученые и медиаспециалисты отдают виртуальной реальности в журналистике главенствующую роль в развитии медиасферы. Все больше журналистов увлечены идеей создания контента в подобном формате, ведь он позволяет взаимодействовать с аудиторией намного ближе, чем любой иной предыдущий формат в СМИ.

Чтобы создать репортаж в формате виртуальной реальности, необходимо два обязательных компонента. Первый – специальное устройство, способное создать виртуальную среду. Это может быть как камера, записывающая 360-градусные видео, так и компьютер, на котором в графической программе можно воплотить анимаци-

онный мир. Второй – участнику (так будем именовать человека, просматривающего видео в формате VR) необходим девайс, который перенесет его в виртуальную среду. Подобным устройством являются специально оснащенные комнаты или шлем/очки виртуальной реальности⁸.

Журналистика виртуальной реальности тесно связана с иммерсивной журналистикой, ключевой принцип которой формулируется как «отвечай, будто это реально» (в американской терминологии: *response-as-if-real*). Он означает, что аудитория должна реагировать на смоделированные ситуации естественно, так, будто не знает, что они нереальны. Подобный принцип был сформулирован еще в 2005 г., когда формата VR не было в медиа⁹. Он отражал готовность людей реагировать на различные способы вовлечения их в информационный повод – будь то передача информации журналистом, участвующим в футбольном матче, военным корреспондентом с мест боевых действий или компьютерные игры, воссоздающие исторические события. Таким образом, интеграция иммерсивной журналистики и формата VR осуществляется на базе трех концептуальных признаков: иллюзия места, правдоподобие и владение телом¹⁰. Иллюзия места – ощущение себя на том месте, которое воссоздано в дополненной реальности. Правдоподобие – ощущение, что происходящее в дополненной реальности реально. Владение телом – ощущение себя в теле «диджитал аватара» («диджитал образа») и восприятие происходящего через этот виртуальный образ¹¹.

В качестве доказательства функционирования данных признаков в журналистике виртуальной реальности Нонни Де ла Пенья провела эксперимент. Журналист поместила человека в небольшую комнату, декорации которой напоминали тюрьму Гуантанамо. Играла музыка и раздавались голоса актеров – заключенных тюрьмы. Человеку надевали очки виртуальной реальности. В этих очках испытуемый сначала видел отображение комнаты, а когда он наклонял голову вниз, то видел отображение ног своего «диджитал аватара». Участнику происходящего необходимо было провести в этой комнате некоторое время и позже описать свои ощущения. Испытуемым не говорили, где и почему они находятся. Участники эксперимента отмечали, что им было страшно, и у них складывалось ощущение, что происходящее реально, ведь они могли видеть «свои» руки и ноги. Один из участников эксперимента, неожиданно для Де ла Пенья, признался, что происходящее напомнило ему то, что он видел в новостях про тюрьму Гуантанамо и он чувствовал себя, как заключенный¹². Такой эксперимент позволяет сделать важный вывод: в условиях информационного общества, когда

количество потребляемой информации возрастает и люди становятся индифферентными к подлинным переживаниям информационных поводов, роль журналистики виртуальной реальности усиливается. Если раньше журналисты пытались создать эффект присутствия через определенные речевые обороты, фотографию, видео, аудио, то сегодня благодаря журналистике виртуальной реальности достигается полное исчезновение границ между реальным миром и дополненной реальностью, отображающей действительные события, происходящие в другой точке земного шара. Основная ценность виртуальной реальности для журналистики заключается в этой возможности создания эффекта присутствия, который может породить эмоциональную связь с историей и местом.

Проследим, как изменяется репортаж в формате журналистики виртуальной реальности и какие в связи с этим актуализируются профессиональные компетенции корреспондента. Так как в арсенале российской журналистики нет ни одного репортажа, подготовленного в данном формате, рассмотрим репортажи американских СМИ: «Голод в Лос-Анджелесе»¹³, «Вспышка Эболы: путешествие в виртуальной реальности»¹⁴, «Перемещенные»¹⁵.

В первом репортаже речь идет об очереди в продовольственном банке Лос-Анджелеса, где выстроились социально незащищенные жители, столкнувшиеся с нехваткой продуктов питания. Центральное место в этом виртуальном опыте автор отвела мужчине, который впадает в диабетическую кому, стоя в одной из очередей. Члены команды были свидетелями этого момента и засняли все на видео.

Проект создан при помощи компьютерной графики, и это – его главная отличительная черта. В нем нет видео, снятого на камеру (присутствует анимация). Вместо закадрового текста журналист использует лайф. В данном случае лайф – голоса и крики прохожих, шум улицы и шум толпы. Именно лайф как жанровый элемент создает и усиливает эффект присутствия и погружения зрителя, несмотря на то что видеоряд может показаться нереалистичным из-за своей анимационной природы. Лайф следует за видеорядом на протяжении всего видео. Синхроны и стендапы в данном ролике отсутствуют. Это позволяет авторам дать зрителю свободу в оценке ситуации, сформировать свое мнение и получить свой опыт. Журналисты в данном случае смоделировали ситуацию, воссоздали событие и отстранились от видимого участия в кадре или за кадром. Инфографика использована не была, так как действие статично и нет параллельного рассказа журналиста, требующего пояснения.

Проект «Вспышка Эболы: путешествие в виртуальной реальности» представляет собой семиминутное путешествие к истокам зарождения вируса Эбола – в местность, где растут деревья, на которых живут летучие мыши, переносчики вируса, потом – в Африку, где живут люди, зараженные этим вирусом. Они рассказывают о том, как умирают их близкие и как проходят похороны. Коротко: от зарождения вируса – до его смерти в человеке.

Этот проект сочетает в себе компьютерную графику и видео, снятое на камеру 360 градусов. Сюжет начинается с анимационного изображения клеток крови в организме человека и того, как в них распространяется вирус Эбола. Данный видеоряд сопровождается закадровым текстом журналиста, поясняющим, о чем идет речь в видеоряде, – текст дополняет картинку. Далее – вид (снят на камеру) на улицу в африканской деревне, где живут люди с вирусом. На этот видеофрагмент наложена компьютерная графика и видео синхрон, занимающих небольшую область в форме круга в правом углу кадра. Этот видеоряд сопровождается синхронном африканской женщины, которая рассказывает о вирусе. Также в этом сюжете присутствуют еще два подобных видео-отрывка: дерево, на котором живут летучие мыши, и деревня, в которой хоронят умерших от вируса. Оба этих отрывка, снятых на камеру, сопровождаются синхронами очевидцев или ученых, рассказывающих об Эболе. Во всех трех фрагментах присутствует лайф. Параллельно в видеоряд вставлены фрагменты компьютерной графики, отображающие вид с планеты Земля и так же сопровождающиеся синхронами ученых. В данном сюжете также присутствует инфографика, которая демонстрирует распространение вируса. Она сопровождается синхронами и закадровым текстом корреспондента. На протяжении всего видео фоном дана напряженная музыка.

Если говорить о функции элементов репортажа в данном сюжете, то здесь отсутствует стендап как составляющий элемент. Это говорит о том, что у авторов нет необходимости начинать или заканчивать сюжет, делать переходы, создавая эффект присутствия у зрителя и дополняя репортаж своими комментариями. В отличие от предыдущего примера, в сюжете о вирусе Эбола присутствуют синхроны, которые сопровождают почти весь видеоряд. Они являются связующими элементами между микротемами в сюжете, создают эффект погружения и вводят необходимые авторам мотивы в повествование. Как аудиоэффект в сюжете используется также закадровый голос, который – вместо стендапа – начинает репортаж в дополнение к видеоряду. На протяжении сюжета закадровый голос появляется в начале каждого нового видео фрагмента для пояснения происходящего. Таким образом, можно говорить о

связующей функции как синхронов, так и закадрового голоса в данном проекте. В качестве звукового сопровождения используется и фоновая музыка, которая направлена на усиление эмоционального накала и эффекта погружения в депрессивную атмосферу. Что касается видеоряда, то он чередует в себе компьютерную графику и видео, снятое на камеру. На видео, снятом на камеру, возможно присутствие анимационной графики или инфографики в виде карты. Данное чередование можно объяснить желанием авторов как можно более наглядно представить проблему и донести больше информации до зрителя. Также в сюжете используется лайф во всех фрагментах, снятых на камеру 360 градусов; во фрагментах с компьютерной графикой лайф отсутствует. Это демонстрирует нам разделение функций компьютерной графики в проектах в формате виртуальной реальности и видео, снятых на камеру: видео, снятые на камеру, направлены на взаимодействие с эмоциональной стороной зрителя, на создание у него эффекта погружения, а элементы с компьютерной графикой призваны информировать зрителя. Появление инфографики, закадрового голоса, музыки и синхронов говорит о желании авторов показать чью-либо точку зрения и не просто дать возможность человеку испытать происходящее на себе, но и донести до него информацию. У авторов возникла необходимость дополнить видеоряд словами для создания эффекта погружения в проблему. Данный ролик не похож на компьютерную игру, как предыдущий. Ощущение «погружения» или «передачи опыта» в данном случае уменьшается за счет постоянного присутствия посторонних комментариев.

Авторы репортажа «Перемещенные» утверждают, что порядка 60 миллионов детей по всему миру страдают от войны и живут в точках боевых действий. Проект «Перемещенные» рассказывает истории трех детей, живущих в регионах, где сегодня идет война. В ролике представлены истории 12-летнего мальчика Олега, который живет на Украине, 11-летней девочки Ханы, которая живет в Сирии, и 9-летней девочки Чуол, живущей в Южном Судане. Цель проекта – привлечь внимание к проблеме детей, страдающих от войны.

Ролик состоит из видеофрагментов, снятых на камеру 360 градусов, без использования какой-либо компьютерной графики. Ролик начинается с вида разрушенной школы на Украине, в которой раньше учился мальчик Олег, потом представлен вид из лодки, в которой сидит девочка Чуол из Южного Судана. Затем на черном фоне появляется текст, описывающий проблему детей, живущих в регионах войны. Далее появляется видеофрагмент из Сирии, где в поле стоит девочка Хана, текст поясняет, кто она такая

и где живет. Подобное сделано и на видеофрагментах о двух других детях. Эти фрагменты сменяют чередующиеся истории детей, рассказанные ими самими. Так в ролике появляются синхроны. Их роль – не связать фрагменты между собой, а рассказать историю, дополняющую видеоряд. На протяжении всего видео присутствует лайф со звуками окружающей среды, голосами других людей. Это создает эффект погружения. Также на протяжении всего видео играет фоновая музыка, представляющая собой напряженную, депрессивную мелодию. Стендапы как связующие или поясняющие элементы отсутствуют, отсутствует и любая инфографика. Видео сконцентрировано на синхронах детей и лайфе, создающих для зрителя эффект погружения и эмоционального переживания.

Проанализировав три проекта, можно сделать вывод, что репортажи в формате виртуальной реальности – не информационного вида, а тематического или проблемного. Тематика репортажей разнообразна: это не только аналитические репортажи на социальную и политическую тематику, но и истории о природе, повседневной жизни и экономике. Все репортажи имеют относительно короткий хронометраж, поэтому говорить о документальных телефильмах было бы неверно. Видеоряд в проектах, созданных в формате виртуальной реальности, может состоять из компьютерной графики и/или видео, снятого на камеру 360 градусов. Видео может заменяться анимационной графикой. Во всех сюжетах ключевую роль играет лайф, который усиливает важный для жанра репортажа эффект присутствия. Лайф в сюжетах, снятых на камеру 360 градусов, дополняет фоновая музыка, призванная усилить эмоциональный накал. Таким образом, новый репортаж оказывается на стыке журналистики и кино. В двух репортажах из трех присутствуют синхроны как сюжетобразующие элементы и как элементы, создающие эффект погружения. Во всех репортажах в формате виртуальной реальности нет стендапов, что говорит об отсутствии необходимости у журналиста быть посредником и пояснять происходящее. В одном из трех репортажей имеется закадровый текст как связующий или вводящий элемент репортажа. Однако в основном авторы проектов в формате виртуальной реальности в нем не нуждаются.

Таким образом, элементы жанра телевизионного репортажа в формате виртуальной реальности позволяют решать различные задачи. «Эффект присутствия», значимый для канонического репортажа, не просто усиливается, а приобретает иное значение – зритель, можно сказать, в действительности оказывается на месте события. Эффект погружения достигается за счет снижения роли стендапа и закадрового текста как оценочных журналистских эле-

ментов и усиления значимости лайфа как составляющей части. Лайф становится превалирующей единицей репортажа в формате VR – журналисту достаточно правильно показать проблему, смонтировать звук и написать историю. То есть репортаж в основном состоит из лайфа, видеоряда и закадрового текста (в титрах или голосового). Роль корреспондента, таким образом, упрощается и в какой-то степени уходит на второй план. Корреспондент дает возможность зрителю – через свой аватар – увидеть историю, понять ее и трактовать, как он хочет. В этом ключе объективность как принцип работы журналиста трансформируется: теперь зритель сам трактует ту ситуацию, в которую погрузился. Журналист большую часть времени работает за кадром. Он пишет материал, выстраивает сюжет и то, как он будет снят. В этом аспекте можно говорить о необходимости наличия у журналиста, работающего с современными технологиями, навыков оператора и звукооператора. Если у журналиста есть необходимое, но дорогостоящее оборудование, то он сам способен создать полноценный репортаж в формате виртуальной реальности. В условиях исследуемого формата требования к компетенциям журналиста модифицируются: с одной стороны, необходимо уметь работать с камерой и звуком, а с другой стороны, исчезает необходимость находиться в кадре. Для самого журналиста на первый план выходит творческая составляющая его работы, а не информационная.

Итак, в формате журналистики виртуальной реальности изменяется не только репортаж как жанр, его составляющие элементы и функции, но и функции и значение работы корреспондента.

Примечания

¹ *De la Pena N.* Film «Hunger in Los Angeles» [Электронный ресурс] // Youtube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=wwXPP_0Ofzc (дата обращения: 12.06.2017).

² *De la Pena N.* Immersive journalism: immersive virtual reality for the first-person experience of news [Электронный ресурс] // Massachusetts Institute of Technology. URL: http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/PRES_a_00005 (дата обращения: 28.06.2017).

³ *Aronson-Rath R., Milward J., Owen T., Pitt F.* Virtual reality journalism // A research project by the Tow centre for digital journalism at Columbia University // Columbia Journalism School [Электронный ресурс] URL: https://www.cjr.org/tow_center_reports/virtual_reality_journalism.php (дата обращения: 28.06.2017).

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

- ⁶ *De la Pena N.* Immersive journalism: immersive virtual reality for the first-person experience of news.
- ⁷ *Rosenbaum S.* «Virtual reality and journalism – can they get along?» [Электронный ресурс] // Forbes. URL: <http://www.forbes.com/sites/steven-rosenbaum/2016/02/09/virtual-reality-and-journalism-can-they-get-along/#48e1a156374b> (дата обращения: 29.06.2017).
- ⁸ *Aronson-Rath R., Milward J., Owen T., Pitt F.* Op. cit.
- ⁹ *Sanchez-Vives M. V., Slate M.* From presence to consciousness through virtual reality // Nature Reviews Neuroscience. 2005. № 6 (4). P. 332–339.
- ¹⁰ *Slater M.* Place illusion and plausibility can lead to realistic behaviour in immersive virtual environments // Philosophical Transactions of the Royal Society of London. 2009. № 364 (1535). P. 3549–3557.
- ¹¹ Ibid.
- ¹² *De la Pena N.* Immersive journalism: immersive virtual reality for the first-person experience of news.
- ¹³ *De la Pena N.* Film «Hunger in Los Angeles».
- ¹⁴ Ebola Outbreak: a virtual journey [Электронный ресурс] // Frontline. URL: <http://www.pbs.org/wgbh/frontline/article/ebola-outbreak-a-virtual-journey/> (дата обращения: 12.06.2017).
- ¹⁵ *Silverstein J.* The Displaced [Электронный ресурс] // The New Your Times. URL: https://www.nytimes.com/2015/11/08/magazine/the-displaced-introduction.html?_r=0 (дата обращения: 19.06.2017).