

УДК 007 : 304 : 070

Проніна К.Ю.¹

¹ студ. гр. СНз-311м НУ «Запорізька політехніка»

**AR TA VR ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЖУРНАЛІСТИКИ
ЗАНУРЕННЯ: ДОСВІД СВІТОВИХ ЗМІ**

З появою репортажної журналістики основною задачею журналіста стало створення ефекту присутності на місці події. Репортери завжди намагалися зацікавити аудиторію, викликати в неї реакцію, вивести на емоції. Для цього існувало багато методів, що активно використовувалися в телевізійних сюжетах і пресі. На початковому етапі для створення «ефекту присутності» почали використовувати панорамну фотозйомку. Англійська

преса першою застосувала цей метод. Наприклад, у «Guardian» глядач неначебто стоїть у наговпі журналістів під час промови Тоні Блера. Пізніше почали з'являтися відео-матеріали, фото з аудіозаписами того, що відбувалося на місці події – усе це мало на меті якнайбільше вразити аудиторію, повноцінно і якісно передати те, що відбулося, занурити її в подію.

Журналістика XXI століття все частіше асоціюється з Інтернет-виданнями, а не телевізійними програмами. Оскільки з переходом у онлайн-формат конкуренція серед медіа лише зросла, постала необхідність у пошуку нових рішень для зацікавлення й утримання аудиторії, а також важелів впливу на неї. Це стало поштовхом для подальшого активного розвитку імерсивної журналістики, яка не тільки створює «ефект присутності», але й занурює споживача інформації у світ, створений наратором. Імерсивна журналістика в сучасному розумінні – журналістика занурення із застосуванням новітніх технологій, які дають можливість споживачу робити осмислений вибір і впливати на середовище, у яке його помістили.

Цікавість науковців і ЗМІ до нового виду журналістської діяльності не вщухає. В основному дослідження спрямовані на вивчення можливостей цієї технології. Поряд з імерсивною журналістикою розвивається й технічна сторона віртуальної реальності, що дає медіа змогу експериментувати з формами й жанрами. Першовідкривачами і прихильниками журналістики занурення вважають BBC і The New York Times.

Ана Луїза Санжес Лавз [5] у своїй книзі називає дві причини для концентрації уваги на імерсивній журналістиці та її застосуванню: 1) завдяки віртуальній реальності імерсивна журналістика пропонує альтернативу для сприйняття новин, які варті більшої уваги; 2) журналістика заглиблення користується популярністю у всьому світі, адже здатна кинути виклик встановленим етичним нормам і принципам традиційних медіа.

Не зважаючи на високий інтерес науковців до імерсивної журналістики, на сьогодні не існує чіткого поняттєвого апарату та методології вивчення й застосування імерсивної журналістики на практиці. Проте сьогодні ми вже можемо чітко сформулювати поняття «імерсивності», як «певного психологічного стану, який характеризується сприйняттям себе оточеним, включеним із можливістю взаємодії із середовищем. Цей стан забезпечується безперервним потоком стимулів і відчуттів» [2]. Постає питання, де буде доречним застосування нових технологій, які медіаформати повною мірою зможуть застосувати ефект, який створює імерсійна журналістика. Відповідь на це питання дали Г. Харді і Р. МакМахан у своєму дослідженні [6], які виділили чотири типи журналістських історій, що можна трансформувати у формати імерсивної журналістики. Ці типи співпадають із номінаціями Пулітцерівської премії у сфері журналістики: служіння суспільству (це єдина

номінація, у якій нагороду отримує не журналіст, а видання); розслідувальна журналістика; роз'яснювальна журналістика; оперативні новини.

Категорії обрано не випадково, адже вони слугують нагадуванням про необхідність високого рівня матеріалів, а також дають можливість вільно функціонувати в різних піджанрах, таких як місцеві події, міжнародні репортажі та ін. Для кожної з вищенаведених категорій є певні рекомендації щодо використання методів імерсивної журналістики. Так, для матеріалів «служіння суспільству» доречним буде використання технології відео 360-градусів, а також доповненої реальності, так як ця інформація розрахована на широку аудиторію й повинна бути доступною з урахуванням технічних можливостей аудиторії. Оперативні новини теж краще сприймаються у форматі відео 360-градусів, адже це дозволяє швидко й повно доносити інформацію до аудиторії, крім того, технічні засоби для створення такого формату доступніші, ніж для віртуальної реальності, а сам процес займає менше часу ніж моделювання за допомогою комп'ютерної графіки. Остання використовується для створення повноцінних журналістських розслідувань, адже дає змогу забезпечити атмосферу, і перебіг дій розслідування, для його повноцінного втілення. Матеріали категорії «Роз'яснювальна журналістика» потребують найбільше часу й зусиль. У них доречним буде використання всіх вищеперахованих технологій, їх поєднання сприятиме глибокому зануренню в тему. Саме такі медійні продукти можна вважати прикладами глибокої імерсивної журналістики.

Розібравшись із тим, де доречним буде застосування методів імерсійної журналістики, варто зупинитися на тому, що собою являють вищезгадані технології. Це необхідно для забезпечення повного розуміння явища імерсивної журналістики. Перше, на чому зупинимось – поняття віртуальної реальності. Для позначення розширеної реальності використовують поняття XR (від англ. extended reality). XR можна класифікувати залежно від технічних засобів, що використовуються для її реалізації.

Так, існує три основних напрями розширеної реальності: 1) VR – Virtual Reality – віртуальна реальність – комп'ютерна симуляція реальності; 2) AR – Augment Reality – доповнена реальність – запускається на смартфонах, через камеру накладає цифровий контент поверх реального світу; 3) MR – Mixed Reality змішана реальність — запускається в смарт-окулярах, відображає голограми поверх реального світу [4]

Головними для продукту імерсивної журналістики є два показники віртуальної реальності – безпосередня зануреність і ефект присутності. Ці показники є вирішальними для створення повноцінного імерсивного медіапродукту. Основна задача VR – створення імерсії, при чому маєтись на увазі й емоційна складова (формування ставлення аудиторії до події), і вироблення певної системи почуттів і реакцій, суто індивідуальних для

кожного реципієнта. Ця система активується під впливом комп'ютерних стимулів і закладених у них журналістом наративів.

Найпоширенішою сьогодні залишається технологія відео 360-градусів. Серед переваг цієї технології – доступність техніки, швидкість постобробки матеріалу. До того ж, користуватися спеціалізованою технікою може навчитися користуватися будь-який журналіст. Тож зупинимось детальніше на цій технології.

Продукт, що виникає в результаті використання відео 360-градусів можна порівняти з телевізійним репортажем, адже реципієнт бачить відео і чує, що відбувається, проте глибина занурення в подію значно відрізняється. Існують різні форми подачі відео 360-градусів. В одних, журналіст бере безпосередню участь, виконуючи роль ведучого, тоді як інший формат акцентує увагу на самому джерелі інформації, при цьому журналіст залишається ніби за кадром.

Порівняно з іншими технологіями імерсивної журналістики відео 360-градусів не дає реципієнту широкого спектру дій або можливості вибору. По суті, це «ілюзія присутності», що покликана повністю відображати місце, де відбувається подія, перебіг цієї події і відчуття репортера, однак, це не дає ефекту повного занурення. Це є недоліком перед іншими технологіями, проте є значною перевагою з точки зору журналістської етики. Формат відео 360-градусів вважається вдалим тому що для його розміщення існують уже адаптовані платформи – Facebook і YouTube. Усе більше країн і медіа підключаються до роботи із цим форматом, а його популярність швидко набирає обертів. Найадаптованішою й найдоступнішою технологією імерсивної журналістики сьогодні є відео 360-градусів. Ця технологія приваблює журналістів. В. Малинка [3] називає три причини такої популярності: це вражає, це розширює стандарт об'єктивності в журналістиці, це дає нові можливості для сторітелінгу.

Можливо на сучасному етапі розвитку суспільства такі технології – єдиний шанс медіа повернути довіру й побудувати здорові відносини між донором (журналістом) і реципієнтом (аудиторією), даючи їм більше свободи вибору, та повноцінну картину подій. Це новий спосіб комунікації, та втілення основних функцій журналістики: інформування, формування громадської думки, а поряд із ними – розваги і виховання.

Отже, імерсивна журналістика сьогодні знаходиться на етапі активного розвитку. Це має певні переваги, серед яких можливість експериментувати с форматами й жанрами, відсутність чітких кордонів для творчих процесів, розмаїття тем і можливість їх адаптації для занурення аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Віртуально-документальна реальність. URL: <https://ms.detector.media/radio/post/24116/2020-01-23-khto-stvoryue-podkasti-v-ukraini-ta-yak-na-nikh-zarobiti> (дата звернення: 12.04.2022).
2. Кирилова О. Імерсивна журналістика: чинники ефективного функціонування. URL: file:///C:/Users/user/Downloads/cctech_2019_19_9.pdf (дата звернення: 12.04.2022).
3. Малинка В. Світ 360: чому ЗМІ закохуються в цей формат. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/17833/2016-11-16-svit-360-chomu-zmi-zakokhuyutsya-v-tsey-format/> (дата звернення: 12.04.2022).
4. Полісученко А. Розширена реальність як новітній інструмент журналістики: від витоків до сучасності. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/9987/9994> (дата звернення: 12.04.2022).
5. Ana Luisa Sánchez Laws Conceptualising Immersive Journalism. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=WxmvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=conceptual+approaches+immersive++journalism&ots=nwQOP5KDi8&sig=LO044zEs4FPcl9vUNzqDHvCRbwc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true (дата звернення: 12.04.2022).
6. Gary M. Hardee1, Ryan P. McMahan A Framework for the Immersion-Journalism. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fict.2017.00021/full> (дата звернення: 12.04.2022).