

ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАПРАКТИКЕ

М. А. Крашенинникова, А. С. Супиченко

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 16 марта 2020 г.

Аннотация: в настоящей статье исследованы основные аспекты технологии виртуальной реальности, выявлены ее виды, особенности, изучены теоретические источники, а также проанализированы примеры VR-проектов ряда современных зарубежных и отечественных медиа.

Ключевые слова: виртуальная реальность, VR, контент, медиа, технологии.

Abstract: The authors of the article investigated the main aspects of virtual reality technology, identified its types, features, studied theoretical sources, and also analyzed examples of VR-projects of a number of modern foreign and domestic media.

Keywords: virtual reality, VR, content, media, technology.

Виртуальная реальность в визуальной коммуникации. Примерно 90% сведений об окружающем мире человек получает при помощи зрительно-нервного аппарата [1]. Так, неотъемлемой частью его жизни в информационном обществе становится визуальная коммуникация — «способ общения, взаимодействия между людьми, который осуществляется с помощью зрительно воспринимаемых образов» [2]. В ходе такого рода обмена информацией человек получает благодаря материальному носителю особое сообщение и может познать его смысл даже без текстовой составляющей — при помощи образов, создаваемых знаками, символами, композицией и иными средствами визуализации. Такие сообщения посылают людям, например, произведения живописи, фотографические изображения, компьютерная графика, киноиндустрия, книжные издания, определенные социальные общности (благодаря наличию собственной символики), реклама, средства массовой информации.

Виртуальная реальность как метод визуальной коммуникации стала новым этапом и эффективным результатом эволюции визуальных техник после внедрения компьютерных технологий. Она значительно изменила отношения человека с окружающим его миром и собственным сознанием, а также открыла новые возможности для работы едва ли не во всех ведущих направлениях его деятельности [3]. Технология виртуальной или искусственной реальности (англ. *virtual reality*, далее возможно VR) — сгенерированный техническими средствами мир, в котором создается альтернативная версия реальности. Она отличается эффектом полного погружения, которое происходит за счет синтеза элементов, воздействующих сразу на несколько органов восприятия человека, в результате чего он реагирует на изображаемые в нем события как на действительно происходящие.

Типология и характеристики виртуальной реальности. Согласно концепции российского психолога, родоначальника виртуальной психологии и создателя отечественной школы виртуалистики Н. А. Носова, виртуальная реальность обладает несколькими важнейшими свойствами [4, 15]. В первую очередь, она является порожденной, то есть созданной искусственно и не имеющей реального представления. Во-вторых, она актуальна — существует именно в момент наблюдения и не имеет прошлого или будущего как таковых. Третьим свойством ее является автономность: виртуальная реальность обладает собственными законами функционирования. Наконец, она интерактивна, то есть способна взаимодействовать с другими реальностями, при этом оставаясь независимой от них.

Выделяют и такие специфические черты данной технологии, как: правдоподобность (человек верит в то, что в ней происходит, как если бы это была обычная реальность), «машинно-генерируемость» (технически она полностью зависит от дополнительного оборудования), доступность для изучения (не обладает сложным интерфейсом), а также возможность создания так называемого «эффекта присутствия» (оказывает влияние и вызывает реакцию одновременно всех органов чувств пользователя) [5].

Существует классификация виртуальной реальности. Первый тип — виртуальная реальность с эффектом полного погружения (или иммерсивная виртуальная реальность): в таком случае система, как правило в составе сложного комплекса устройств, представляет виртуальный мир с высокой степенью детализации и уровнем воздействия на пользователя. Также возможна виртуальная реальность и без эффекта погружения, например, объемные 3D-симуляторы среды или изображения, транслируемые на широкоформатных дисплеях. Другой тип технологии — с совместной инфраструктурой, как

правило, речь идет о компьютерных играх, которые требуют дополнительных платформ. Наконец, виртуальная реальность может быть основана на интернет-технологиях и задействована на различных сетевых ресурсах.

Стоит отметить, что выделяют также дополненную, или смешанную, реальность (англ. *augmented reality*, далее возможно AR), которая состоит из «обычной», настоящей реальности, но оптимизирована специфическими вмонтированными компьютерными объектами, которые как бы «расширяют» привычную картину мира. Нередко отмечается и наличие и гибридной реальности (англ. *mixed reality*, далее возможно MR), которая объединяет в себе черты виртуальной и дополненной реальности, то есть, одновременно реального и искусственно воссозданного миров.

Кроме того, виртуальная реальность делится на типы в зависимости от того оборудования, с которым пользователю приходится взаимодействовать. В первую очередь, это, конечно же, могут быть шлемы или очки виртуальной реальности, способные работать либо в связке с компьютером или мобильным устройством (например, в последнее время особо популярны картонные установки, в которые вставляется смартфон со стереоскопическим изображением), либо независимо функционировать благодаря самостоятельной операционной системе. Подобные системы, в зависимости от своей сложности, обеспечивают показ визуального материала, а также в некоторых случаях и аудиального.

Более «масштабный» уровень виртуальной системы — комната, *CAVE* (*Cave Automatic Virtual Environment* — «Пещера»), благодаря которой пользователь считывает визуальный контент прямо со стен помещения. Некоторые практики подчеркивают крайне высокий уровень интеграции данной системы с человеком, так как она позволяет ему «видеть себя» в процессе погружения (за счет отсутствия шлема или очков, отделяющих его от реальной картины). Не менее популярными считаются и перчатки виртуальной реальности — устройства, оптимизирующие взаимодействие с проектируемой средой за счет технических деталей.

Иммерсивная журналистика. Иммерсивная журналистика, или журналистика погружения, представляет собой относительно новый формат подачи актуальной информации, в ходе которого осуществляется эффект полного отождествления с передаваемой ситуацией. «Общая цель иммерсивной технологии — это создание прямого соединения между контентом и его восприятием для глубокого погружения в событийную среду истории, воспроизведение полной иллюзии присутствия в виртуальной репрезентации медиасобытия» [6]. В частности, для создания подобного формата, как правило, используются не только привычные для аудитории визуальные матери-

алы — графические изображения и видеоформат, но и аудиальная информация, а также специальные технические смоделированные условия, за счет которых и осуществляется опция иммерсии в искусственно созданный мир. Также нередко в таких проектах присутствует текстовая составляющая.

Таким образом, существует несколько возможных вариантов представления информации в журналистике, которые выходят за пределы стандартного восприятия реальности человеком. В первую очередь, это может быть видеозапись, созданная в панорамном режиме, с охватом фиксируемой картины в 360 градусов. Другим типом может быть использование технологии дополненной реальности: ситуации, когда погружение осуществляется лишь частично, и человек как бы «расширяет» реальный мир за счет технических средств и получает дополнительную информацию. Наконец, третий, наиболее технически сложный вариант иммерсивной журналистики — создание полноценных VR-проектов, которые обеспечивают эффект полного погружения и, в связи с этим, могут быть просмотрены аудиторией при помощи специализированного оборудования.

В журналистской практике технологии виртуализации начали применяться относительно недавно. В процессе исследования нами был проанализирован ряд крупнейших проектов как в отечественных, так и зарубежных СМИ различных сфер: радио, телевидение, а также в области новых медиа (интернет-издания и онлайн-версии печатных СМИ). В результате в работе будут подробно представлены шесть важнейших, на наш взгляд, иностранных проектов, которые, в первую очередь, завоевали внимание аудитории и экспертов, а также способны продемонстрировать разнообразие в выборе тем и форм для создания подобного контента. Кроме того, в рамках исследования была рассмотрена и отображена значительная часть существующих российских проектов, семь из которых, уникальных по формату, легли в основу данной работы.

Виртуальная реальность в зарубежных медиапроектах. Первым в мире автором и основателем данного направления, которую называют «родительницей VR-журналистики», считается внештатный автор американской газеты «Нью-Йорк Таймс» и журнала «Ньюсвик» Н. Де Ла Пеня. На протяжении многих лет она изучала технологию виртуальной реальности и рассматривала возможность ее использования в работе журналиста: именно она стала автором термина «иммерсивная журналистика». Де Ла Пеня участвовала в открытии лабораторий для работы и создании ряда пилотных историй, прежде чем в 2014 г. для Всемирного экономического форума она подготовила свой самый масштабный на тот момент «Проект “Сирия”» [7], посвященный бедственному положению людей, попавших в эпицентр вооружен-

ного конфликта. Он был показан на мероприятиях в Гонконге, Лондоне, Шеффилде и Нью-Йорке и даже продемонстрирован на национальном американском фестивале независимого кино, вызвав бурную положительную реакцию зрителей.

«Сирия» представляет собой воссозданный при помощи компьютерных технологий образ одного из местных городов. Зритель попадает в условия движения и звуков улицы, где переговариваются и перемещаются жители, ездят машины, колеблется от ветра свешенное с балконов белье и поет ребенок — но в какой-то момент на город падает авиационная бомба. После чего всю сцену заволакивает дымом, срабатывает сигнализация, а люди, хватая на руки тех, кто упал на землю, бегут в укрытие. В проекте также представлена другая, не менее впечатляющая сцена в лагере беженцев. Каждый ролик дополнен справочной информацией о деталях конфликта и жизни местного населения, вынужденного выживать в условиях военных действий. Важно отметить, что в ходе создания материала, на этапе его «компьютеризации», авторы использовали в качестве основы реальные кадры, снятые ими ранее на местах событий. Так, визуальная составляющая была заменена, однако был задействован зафиксированный на местности звук. В результате чего «картинка» выглядит крайне реалистично, даже несмотря на то, что в ее основе заложены элементы мультипликации и отчасти она напоминает компьютерную игру-симулятор жизни.

Опыт Де Ла Пеньи переняли крупнейшие зарубежные издания. Одним из ведущих поставщиков иммерсивного контента стала британская газета «Гардиан». В первую очередь, издание выпустило ряд видеопроектов в формате 360 градусов. Первый из них вышел осенью 2017 г. и был посвящен проблеме аутизма: семиминутный мини-фильм снят «от лица» героини-подростка, страдающей аутистическим расстройством и оказавшейся на праздновании дня рождения [8]. Благодаря визуальным и аудиальным спецэффектам пользователь может пережить все эмоции, которые испытывает девушка в различных социальных ситуациях — как она паникует, пугается, как ухудшается ее зрение и слух. Отмечается, что вся информация, представленная в ролике, была получена в ходе ряда исследований: масштабных фокус-групп, интервью и материалов научно-исследовательского центра болезни.

В 2016 г. «Гардиан» выпустила материал, рассказывающий об одиночном тюремном заключении [9]. В рамках проекта при помощи VR-очков пользователю предлагалось на протяжении девяти минут побывать на месте заключенного, для которого в качестве наказания было избрана мера пресечения в виде содержания в условиях строгой изоляции. Так, зритель оказывается в маленьком помещении с крошечным окном, спальным местом,

туалетом и металлической дверью с прорезью для передачи еды. Достаточно резкое, но вполне реальное, визуальное наполнение сопровождаются крики других заключенных, раздающиеся за дверью и стенами (отмечалось, что в проекте использованы подлинные тюремные звуки). «И вот ты здесь. Что же ты собираешься делать?» — спрашивает закадровый голос окунувшегося в атмосферу тюрьмы пользователя. Материал дополнен монологами семи человек, которые пережили одиночное заключение: они поделились своим опытом и рассказали о том, что им пришлось претерпеть в ходе отбывания срока.

Другим зарубежным СМИ, которое производит не менее актуальный популярный контент с применением VR-технологий, является американская газета «Нью-Йорк Таймс». Первые их подобные материалы появились в 2015 г. Основным типом такого контента являются видео в формате 360 градусов, нередко с применением спецэффектов. Стоит отметить, что издание работает совместно с профильной компанией «ВИЗИН» (WITHIN), основанной в 2014 г. и специализирующейся на захватывающем, расширенном формате сторителлинга при помощи новейших мультимедийных способов [10]. Так, одной из самых обсуждаемых их работ стал проект «Перемещенные», посвященный жизни детей, которые в результате вооруженных конфликтов в Южном Судане, Ливане и Донбассе лишились своего дома. В 11-минутном ролике зрителю предлагается «прожить» один день вместе с тремя маленькими жителями этих регионов: 11-летним Олегом, 9-летним Чуоном и 12-летней Ханой. Кадры обычных будней детей сопровождаются эпизодами их монологов о том, как они переживают происходящие события и что при этом чувствуют, а также о том, как с трудностями справляются взрослые. Пользователь как бы погружается в тот мир, в котором живут герои, видит, как под влиянием сложившихся обстоятельств они рассуждают и какие совершают поступки.

Стоит отметить, что техника съемки данного проекта обеспечивает полноценный эффект погружения в ситуацию — в отличие, например, от проекта «Сирия», который воссоздан в формате «компьютеризированной» реальности: формат репортажа в большей мере позволяет зрителю «поверить» в происходящее и «проникнуться» к героям сюжета. В данном случае материал в некоторой мере напоминает кинокартину, документальную, с присутствием художественных элементов: с одной стороны, он повествует о реальных событиях и людях, с другой — в нем присутствует некая драматургия, которая, вероятно, была создана в том числе при помощи постановочных кадров.

В то же время, пишет «Гардиан», раскрытие подобной тематики при помощи технологий VR способно оказать определенный эффект в обществе [11]. В частности, в ООН называют их «совершенной ма-

шиной, вызывающей сочувствие и эмпатию», и считают, что этот формат способен «склонить» людей к участию в оказании гуманитарной помощи пострадавшим регионам, о которых идет речь в проекте. С 2015 г. в организации существует специальное направление «ЮЭнВиАр» (*UNVR*), которое занимается разработкой короткометражных VR-фильмов, посвященных людям, живущим в условиях нехватки пищи, воды или жилья и других жизненно необходимых ресурсов.

Еще одним VR-проектом «Нью-Йорк Таймс», который выделяется из ряда других, можно назвать экспериментальный ролик «Полет» [12]. Работа была создана в несколько «футуристическом» формате: в ходе трехминутного видео зрителю предлагается подняться на высоту нескольких десятков километров над центром Нью-Йорка и увидеть среди облаков, Луны и звезд сказочные образы, в которых предстали известные голливудские актеры Ш. Терон, М. Фассбендер, Р. Мара, Л. Томлин, М. Маккарти, Б. дель Торо, Дж. Митчелл и Дж. Тремблей. Несмотря на то, что проект носит явно развлекательный характер, он выполнен качественно с точки зрения визуального наполнения и «зрелищности» и стоит внимания не в меньшей мере, чем остальные материалы издания.

В ряде других авторов зарубежных VR-проектов также можно отметить американский научно-популярный телеканал «Нэшнл Джеогрэфик», британскую радиостанцию «БиБиСи Рэйдио Фор» (*BBC Radio 4*).

Виртуальная реальность в отечественной медиaprактике. Одним из «первооткрывателей» иммерсивного контента в отечественной журналистской практике, наравне с мировой, стал международный телеканал «АрТи». Новый формат проектов, созданных в жанре панорамных видеорепортажей, был запущен в декабре 2015 г. Каждый из сюжетов, представляющий собой короткий (2–4 минуты) 360-градусный видеоролик с живым звуком или наложенным саундтреком, непременно связан с актуальным событием. Крупнейшими проектами телеканала в области виртуализированных форматов стали серия уникальных видеороликов, посвященных событиям в России 1917 г. — «Революция 360» (2017), а также первый в истории фильм, снятый в открытом космосе, *SPACE360* («СПЕЙС 360») (2017), созданный совместно с госкорпорацией «Роскосмос» и ведущим российским ракетно-космическим предприятием «Энергия».

В то же время, вероятно, ведущим на данный момент и наиболее прогрессивным производителем VR-проектов является информационное агентство РИА Новости (МИА «Россия Сегодня»). В 2018 г. на базе редакции была создана экспериментальная платформа «РИА. Lab», цель которой — «взглянуть на сторителлинг по-новому». В частности, авторы предлагают пережить опыт героев своих материа-

лов и «увидеть то, что невозможно увидеть, и побывать там, где никто никогда не бывал». Все проекты доступны как в компьютерной версии, так и в специальном мобильном приложении, разработанном для устройств различных платформ. Стоит отметить, что «набор» проектов РИА Новости несколько разнообразнее по способу исполнения. Всего на момент исследования их представлено семь, четыре из которых разработаны с использованием технологии дополненной реальности и три — в уникальном формате виртуальной реальности, полностью искусственно воссозданной. Авторы особо подчеркивали тот факт, что в настоящее время в отечественной медиaprактике это единственный в своем роде опыт представления журналистских материалов. Также важно и то, что, например, в отличие от работ «АрТи», среди которых преобладают посвященные актуальной информации и новостям (вероятно, за исключением крупнейших вышеуказанных), данные проекты выполнены в направлении так называемой социальной журналистики и посвящены общественно значимым темам и проблемам. В частности, в одном из AR-материалов речь идет о жизни самой известной российской отшельницы А. Лыковой. Особый интерес к данной работе может заключаться в том, что, помимо электронного формата, она была представлена в рамках фотовыставки, посетители которой могли не только оценить представленные на экспозиции снимки, но и получить дополнительные факты о рассказываемом сюжете при помощи своих смартфонов и QR-кодов, размещенных наравне с экспонатами. Так, работы фотожурналиста агентства были дополнены аудио- и видеоматериалами путешествия к заимке отшельницы с записями окружающей природы, быта героини, голосов проводников корреспондентов, а также материалов хроники.

Два крупнейших спецпроекта РИА Новости были представлены в ноябре 2018 г. и в январе 2019 г. Первый из них, «Механика аутизма», рассказывает о жизни людей с расстройством аутистического спектра. Отличительной чертой работы, как уже было отмечено, является то, что реальность, в которую погружается зритель, была полностью искусственно воссоздана компьютерным методом, и он имеет возможность не только оценить происходящее со стороны, но и оказаться на месте человека, о котором идет речь, то есть, увидеть мир его глазами. «То, что испытывает человек в нашем проекте, — это не фантазия, не художественный образ и не метафора. Все, что видит зритель, — это точная реконструкция происходящего в голове у человека с аутизмом», — подчеркивала заместитель главного редактора МИА «Россия сегодня» Н. Лосева в интервью изданию «Журналист» [13].

Следующим стал материал «Слепые в большом городе», посвященный жизни людей с серьезным повреждением или полным отсутствием зрения.

Авторы предприняли попытку воссоздать ту реальность, которую видит такой человек: в ходе погружения пользователь наблюдает лишь абсолютную темноту, изредка разбавляемую проблесками света и бликами окружающих фигур. В лице трех героев он переживает несколько привычных и не вызывающих у обычного человека трудностей ситуаций и пытается адаптироваться к новой реальности, взаимодействуя с миром, ориентируясь исключительно на окружающие звуки, голоса людей, гул помещений и постукивание трости. Также присутствует сразу несколько форматов подачи информации и элементы интерактивности. Кроме того, стоит отметить, что в проекте особенно интересны именно результаты журналистской работы, а именно то, что на протяжении всего «пути» по искусственному миру пользователя «сопровождают» реальные герои (а не некий «собираемый образ», как в предыдущем материале), которые непосредственно являются носителями особенностей зрения. Они не только раскрывают «техническую» сторону своей жизни — то, как им приходится взаимодействовать с другими людьми или как на их появление реагируют прохожие, но и более личную: они рассказывают о своей семье, быте и общении с детьми, которые пока не до конца понимают особенности мировосприятия своих родителей.

В апреле 2019 г. РИА Новости выпустило третий крупнейший проект, созданный с использованием технологии виртуальной реальности — «Валерка встречает Гагарина», в основе которого лежат реальные события 60-летней давности, а именно 14 апреля 1961 г., когда Москва встречала успешно вернувшегося из первого полета в космос Ю. Гагарина. Пользователю предлагается «представить себя» школьником и полноценно окунуться в атмосферу советской жизни (продолжительность сеанса варьируется в зависимости от желания зрителя и может занимать в среднем от 15 до 30 минут). Данная работа в значительной мере отличается от всех предыдущих проектов агентства. В первую очередь стоит подчеркнуть нестандартный подход авторов к выбору темы: ею стал не сам полет в космос, а именно встреча космонавта, которая, как становится понятно из проекта, была не менее торжественна и знаменательна для многих жителей города. Также нельзя не отметить режиссуру: присутствует четкая проработанность сюжетной линии (в ходе просмотра не возникает непонятных ситуаций или вопросов по навигации в пространстве — в частности, чтобы зритель мог себя идентифицировать с героем, его сначала показывают со стороны), а также интересно подобранные взаимосвязи между эпизодами и типами материала (в работе использованы не только смоделированные в 3D фигуры окружающей среды, но и текстовые составляющие, документальное видео, аудиосообщения, а также фотографические изображения).

Представители других российских СМИ также начинают экспериментировать с новым форматом. Это ряд ведущих телеканалов, например «Первый канал» или «Россия 24», а также информационное агентство ТАСС и мультимедийный информационный центр «Известия» (объединенная редакция портала газеты «Известия», РЕН ТВ и Пятого канала). К примеру, в сетевых версиях телеканалов популярным становится формат 360-градусных репортажей или даже развлекательных программ. Так, первым подобным опытом для «России 24» стало «виртуальное путешествие» по территории музыкального рок-фестиваля «Нашествие» в 2016 г., в ходе которого пользователь мог как прослушать стенд-ап корреспондента, так и виртуально «прогуляться» по окрестностям мероприятия.

В 2018 г. первый иммерсивный материал был создан и в редакции ТАСС. Проект «Люди, которых возьмут в будущее», разработанный совместно с Третьяковской галереей, представляет собой виртуальное путешествие в мир выдающегося современного русского художника И. Кабакова и его жены-соавтора. В ходе ознакомления зритель имеет возможность не только увидеть экспонаты реальной выставки, но и прослушать подробную информацию о каждом из них.

Перспективы использования технологии виртуальной реальности при создании медиапроектов. На данный момент проекты с использованием технологий виртуальной реальности пока незначительно распространены в сфере журналистики, в особенности среди российских СМИ. Однако медиаэксперты и медиаменеджеры активно обсуждают возможности и перспективы развития данного направления. Так, в 2017 г. информационное агентство «Ассошейтед Пресс» выпустило сборник «Гид по миру иммерсивного контента для журналистов», изложив в нем историю, а также основные принципы и особенности «динамического сторителлинга» [14]. По мнению ряда авторов, принявших участие в составлении отчета, иммерсивные технологии соответствуют новому, не имеющему аналогов уровню подачи визуальной информации. Эксперты считают, что подобные приемы следует использовать в рамках журналистской деятельности, так как они действительно способны затрагивать чувства аудитории — более того, гораздо быстрее, чем другие платформы. «В то же время они дарят им чувство свободы, а значит, вызывают более сильную реакцию, чувство соучастия и экстремально яркое воспоминание об этом опыте», — считает основатель VR-проектов при ООН Г. Арора [15].

Не исключено, что уже в ближайшие несколько лет большая часть предметов, окружающих человека, будут дополнены экстра-информацией, доступной при наведении смартфона на эту вещь. Пользователи смогут не просто быть зрителем истории, но и сканировать и переносить в 3D-формате свой образ

в виртуальное пространство. Расширятся возможности жанров: например, в телевизионных ток-шоу или в политических дебатах будет возможно непосредственное участие в них глобальной аудитории. Также в виртуальной реальности может появиться такая опция, как передача запаха — она способна сделать погружение пользователя в среду еще более правдоподобным и запоминающимся. При помощи мобильного телефона можно будет воспроизводить 3D-копию любого предмета, что полностью изменит взгляд журналистов на запечатленного окружающего мира.

С другой стороны, к иммерсивному направлению стоит подходить с осторожностью, так как СМИ не всегда могут с точностью определить, какой проект по достоинству оценит их аудитория. Кроме того, использование новых визуальных технологий передачи информации подразумевает наличие соответствующих компетенций у журналистов, а также адекватное соотнесение особенностей работы с базовыми принципами профессиональной этики. Проекты с использованием VR отличаются неравной доступностью для аудитории и поэтому могут производить отрицательный эффект. Более того, существует мнение, что технологии VR в журналистике могут «изжить» себя так же быстро, как они появились в этой индустрии.

Российские же эксперты, в частности руководитель проекта «АрТи360» (RT360) Э. Чижиков, вполне уверен в том, что виртуальная реальность станет популярным форматом данных и в журналистской сфере, который, вероятно, способен даже вытеснить телевизионную картинку. «Мы сняли в панорамном формате уже более 150 видео — это своего рода хроника нашего времени. Смотреть ее будут и через десятки лет, как сейчас мы смотрим, например, первые кинокадры Москвы», — отметил он, подчеркнув, что «уже сейчас» необходимо работать над техническим обеспечением VR-съемки, например, на поверхности Луны [16].

В свою очередь заместитель главного редактора МИА «Россия сегодня» Н. Лосева считает, что иммерсивная журналистика является абсолютно уникальным методом, в котором по-новому рассматриваются понятия считывания информации (пользователь не читает, не просто смотрит, а проживает историю, оказываясь в теле ее героя), пространства истории и ее построения, дизайна [17].

ЛИТЕРАТУРА:

1. Быков А. Цвет и зрение / А. Быков // Наука и жизнь, 1974. — URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/24031> (дата обращения: 7.12.2018).
2. Шевченко В. Э. Теоретические основы визуальной коммуникации. / В. Э. Шевченко // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. — 2013. — № 20 (163). — URL: [http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-](http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-vizualnoy-kommunikatsii)

[vizualnoy-kommunikatsii](#) (дата обращения: 7.12.2018).

3. Крюкова С. В. Визуальная культура как социокультурный феномен / С. В. Крюкова // Аналитика культурологии. — 2015. — № 2 (32). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnaya-kultura-kak-sotsiokulturnyy-fenomen-1> (дата обращения: 7.12.2018).

4. Осипов М. П. Системы виртуальной реальности: учебно-методическое пособие / М. П. Осипов. — Нижний Новгород, 2012.

5. Woodford C. Virtual Reality / C. Woodford // ExplainThatStuff. 2016. — URL: <https://www.explainthatstuff.com/virtualreality.html> (дата обращения: 8.12.2018).

6. 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. — № 1. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnaya-zhurnalistska-podhody-k-teorii-i-problemam-obrazovaniya> (дата обращения: 16.02.2019).

7. Project Syria // Steam. 2014. — URL: https://store.steampowered.com/app/491790/Project_Syria (дата обращения: 1.03.2019).

8. The Party: a virtual experience of autism — 360 video // The Guardian. 2017. — URL: <https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/07/the-party-a-virtual-experience-of-autism-360-video> (дата обращения: 02.03.2019).

9. 6x9: a virtual experience of solitary confinement // The Guardian. 2017. — URL: <https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2016/apr/27/6x9-a-virtual-experience-of-solitary-confinement> (дата обращения: 02.03.2019).

10. WITHIN — About / WITHIN. 2014. — URL: <https://www.with.in/about> (дата обращения: 02.03.2019).

11. Anderson M. Can tearjerker virtual reality movies tempt donors to give more aid? / M. Anderson // The Guardian. — 2015. — URL: <https://www.theguardian.com/global-development/2015/dec/31/virtual-reality-movies-aid-humanitarian-assistance-united-nations> (дата обращения: 02.03.2019).

12. New York Times: Take Flight // WITHIN. — 2015. — URL: <https://www.with.in/watch/nyt-mag-vr-take-flight> (дата обращения: 02.03.2019).

13. Болдырева А. Наталья Лосева: «Такая ситуация в журналистике, как сейчас, случается раз в 15 лет» / А. Болдырева // Jrnlst.ru. 2019. — URL: <https://jrnlst.ru/immersiv-journalism> (дата обращения: 2.03.2019).

14. A guide for journalists in a world of immersive 3D content // AP. 2017. URL: https://insights.ap.org/uploads/images/ap_insights_the_age_of_dynamic_storytelling.pdf (дата обращения: 18.03.2019).

15. Руководитель RT360 Эдуард Чижиков: мы замахнулись на космос // РИА Новости. 2017. — URL: <https://ria.ru/20171004/1506154026.html> (дата обращения: 18.03.2019).

16. Руководитель RT360 Эдуард Чижиков: мы замахнулись на космос // РИА Новости. 2017. — URL: <https://ria.ru/20171004/1506154026.html> (дата обращения: 18.03.2019).

17. Лекция Н. Лосевой, Д. Фатыхова, А. Попова. Иммерсивная журналистика: как работать

с VR-технологиями.— URL: http://pressmia.ru/special_lektoriy/20190418/952312875.html.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Крашенинникова М. А., кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры новых медиа и теории коммуникации факультета журналистики

E-mail: mashagarnova@gmail.com

Супиченко А. С., выпускница магистерской программы «Теория и экономика цифровых медиа»

E-mail: asupichenko@rambler.ru

Lomonosov Moscow State University

Maria A. Krasheninnikova, Candidate of Philology, Senior Lecturer of the New Media and Communication Theory Department

E-mail: mashagarnova@gmail.com

Supichenko A. S., graduate of the master's program "Theory and Economics of digital media"

E-mail: asupichenko@rambler.ru