

УДК 070

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10404

ИММЕРСИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА СКВОЗЬ ПРИЗМУ РЕМЕДИАЦИИ**М. В. Загидуллина***Челябинский государственный университет, Челябинск**Исследование выполнено за счет гранта РНФ, проект № 18-18-00007*

Поводом к настоящей статье стала дискуссия, развернувшаяся на 59-х Петербургских чтениях, связанная с иммерсивной журналистикой. Продолжая обсуждение вопросов технического «переоснащения» производства новостного и – шире – журналистского контента, автор предлагает оценить новые методы с позиций теории медиума, обращая внимание на само средство сообщения как носитель самостоятельного смысла. Институциональное значение журналистской профессии и деятельности в области иммерсивных проектов осложняется в связи с размыванием границ между «погружением как развлечением» и эмоциональным вовлечением пользователя в переживание сообщения.

Ключевые слова: иммерсивная журналистика, AR-технологии, VR-технологии, высокотехнологичные проекты, теория медиума, ремедиация, чтение, журналистские жанры, медиаэстетика, иммедиальность, гипермедиальность.

Иммерсивная журналистика рассматривается во всем мире с растущим интересом – как со стороны практиков, ищущих новые повороты и решения в борьбе за внимание пользователей, так и в среде исследователей, внимательно наблюдающих за эмерджентными формами журнализма. В настоящей статье мы не ставим своей целью дать обзор литературы по теме, кратко можно сказать, что почти в каждой статье по иммерсивной журналистике прослеживается история и этого феномена, и его изучения, начиная с трудов Нонны де ла Пеня [6]; российская история изучения иммерсивной журналистики идет практически вровень с англоязычным полем, однако отстает несколько от испаноязычного, где иммерсивной журналистике посвящается множество трудов и исследовательских проектов (см. обзоры: [2], [8], [9]). Однако особый интерес приобретает не только практико-ориентированная сторона (что именно добавляет журналистским проектам переход к технологиям дополненной и виртуальной реальности, на котором во многом и основана идея иммерсивной журналистики), но фундаментальные вопросы ценностного наполнения таких форм [1].

Для того, чтобы понять, как «устроена» иммерсивная журналистика, можно посмотреть проекты РИА-новости (в том числе специальную платформу РИА. Lab, <https://ria.ru/20200519/1551445551.html>). Кажется достаточно убедительной позиция специалистов, работающих в этой области: не искать, чем бы развлечь публику, но «попасть» новыми проектами в набирающие обороты популярные формы информационного потребления. Однако и в этом моменте можно наблюдать некоторую сдержанность: если в 2019 году Наталья Лосева (руководитель иммерсивных проектов РИА) говорила довольно воодушевленно о новых поколениях, которые вот-вот составят костяк аудитории и для кого очки виртуальной реальности будут нормой, то всего через год, осенью 2020 года, она ставила вопросы о том, что мешает развитию этой новой отрасли (см. <https://ria.ru/20191004/1559450839.html>). Очевидно, что новые технологии, сопряженные с дополнительным оборудованием, встречают некоторую «платформенную» задержку.

Но, скорее всего, начинают работать и внутренние «тормозящие» механизмы, требующие определенного осмысления.

Возможно, иммерсивная журналистика, предлагающая визуализированные и приближенные к имитации реального действия инсталляции событий, оказывается перед лицом «пользовательского сопротивления», причины которому можно поискать не только в отставании самих технологий от потребностей (то есть высокой цены, например, а также требования специальных условий, где, например, человек в шлеме может чувствовать себя элементарно безопасно; все это редуцировано в использовании, например, приложений, дающих возможность «погружаться» в проекты), но и в сути функций журналистики, а также и в когнитивных особенностях погружения как приема смыслообразования.

Прежде всего, обращаясь к известной книге Болтера и Грузина о ремедиации [4], можно сказать, что само стремление погрузить пользователя в событие четко отвечает задачам, которые Деррида, на которого ссылаются авторы [7], приписывал мимесису вообще: всякая ремедиация (то есть перевод с языка одного медиа на язык другого, переход от «старых» медиа к «новым») стремится к мимесису, который не есть «сходство» с каким-то объектом, а есть именно производство в воспринимающем сознании чувства *узнавания этого сходства*. Мимесис в искусстве направлен не на погружение в какую-либо среду, а на создание условий для восхищения: то, что создано было «нерукотворно» (например, самой природой), может быть *ремедиировано* так, что невозможно уловить разницу. В определенном смысле, воспроизводится сюжет сказки Андерсена «Свинопас», где принцесса искала в подаренных ей вещах *искусственность и искусность*, презируя «настоящее» (соловья и розу). Однако параллель эта весьма условна: Болтер и Грузин подчеркивают, что сутью работы медиа являются два противоположных, но логически дополняющих друг друга действия: растворения самого медиа в производимом эффекте (*immediacy*, непосредственность в прямом смысле слова – исчезновение *средства сообщения*), с одной стороны, и перенасыщенности медийностью (*hypermediacy*), очевидностью той самой искусственности и одновременно искусности – с другой.

Не сами гроздья винограда, написанные на полотне так, что «птицы слетались клевать ягоды» (как в легенде об Аппелесе), восхищают зрителя, но сам факт, что их можно было «так нарисовать». Гипермедиальность – использование множества оттенков красок, искусность их смешивания, накладывания на холст так, чтобы эффект реальности не разрушался толщиной мазка, – соединяется здесь с эффектом иммедиальности, отсутствия медиа (то есть «настоящности» изображенного). И именно открытие гипермедиальности «поверх» иммедиальности (обнаружение, что иммедиальность – это иллюзия, а гипермедиальность – реальность) и создает радость и восхищение в восприятии объекта. Понятно, что мимесис как система связи двух субъектов (творца произведения искусства и его созерцателя) не имеет ничего общего с погружением, требующим совершенно другой работы (в первую очередь, «отключения» чувства миметичности, то есть осознания гипермедиальности, в пользу иммедиальности, которая стремится воссоздать объект «как реальный»). «Союз» гипермедиальности (все большей изошренности медиума, его сложности) и иммедиальности (эффекта реальности, создаваемого с помощью сложного медиума) и есть суть медиаэстетического эффекта (воздействия самого медиума на воспринимающее сознание, доставка эффекта с помощью технического устройства, воспринимаемого как часть реальности наравне с тем сообщением, что этот медиум стремится донести).

Исследуя корни иммерсивной журналистики как «погружения», можно отметить, что исторически журналистика складывалась в условиях развития словесности, которая восполняла дефицит визуального (изобразительного). Гравюры, картины не могли «работать» в условиях скорости подготовки к печати периодики, они технически не

отвечали такой потребности. Между тем задача погрузить читателя в переживание описываемых событий встала перед журналистикой практически с самых истоков ее развития (когда из «служебных» форм она переросла в форму «зеркала эпохи», что означало отнюдь не простое отражение, но *концептирование* повседневности, схватывание сущностного в бесконечном потоке дней, его фиксирование в ярких и запоминающихся формах). Искусство словесной образности, развитое в рамках художественной литературы, оказалось полностью востребованным: погружение в событие строилось за счет погружения в историю.

И вот здесь стоит заметить, что погружение в мир, описанный словами, когнитивно отлично от погружения в мир, воссозданный изобразительными средствами (см. подробнее о «медиаосознании»: [10]). Текст разворачивает пространство постепенно, ведя читателя не столько вперед, сколько именно в глубь повествования, превращая его во «внутреннего зрителя» происходящего. Известно, что очень часто читатели, на которых произвело впечатление какое-то произведение литературы, недовольны его экранизацией, поскольку они «не так себе все представляли». За словами «не так себе представлять» стоит важнейший механизм читательской рецепции: *видеть* события, о которых рассказывается «черным по белому», буквами на листе бумаги. Воображение читателя, работающее как генератор «фильма по тексту», оказывается настолько значимой частью всего феномена чтения (взятого как историческое явление), что появление огромных по своему объему романов, требующих многодневного чтения, рассчитанных на такие практики, как «биндж-чтение» (чтение часами – потому что «невозможно оторваться от книжки»), а также всевозможные примеры абсолютного погружения в чтение, заслоняющего собой все другие сферы жизни (см. о читательских практиках в их историческом развитии: [3]) становятся ярким подтверждением работы текстового медиума как средства погружения в вымышленный мир. Неудивительно, что журналистика использует похожие средства; однако очевидно также, что сам *формат* прессы не выдерживает такой нагрузки: газетный очерк, каким бы огромным он ни был, не может сравниться с романским повествованием и приемами погружения в *длинную, как жизнь*, историю персонажей.

И тем не менее именно вначале репортаж, а затем и очерк и становятся теми жанрами, что рассчитаны на погружение читателя в описываемый мир: читателю предстоит узнать о герое, представить его себе, пройти с ним длинный путь, либо разделить с автором репортажа встречу с событием. Эти жанры, где «погружающие» технологии зависели именно от литературного мастерства журналистов, позволяют рассматривать иммерсивность журналистики как издавна присущее ей свойство. Вовлечь и мобилизовать – вот что было ее главным лозунгом, и иммерсия здесь была обязательна, причем надо было добиваться такого эффекта в условиях краткости (а значит, за счет интенсификации других приемов).

Появление фотографии, упрощение ее производства, мобильность этой технологии привели к широчайшему внедрению фотоискусства в журналистскую профессию. Известно множество работ по рассмотрению «союза» фотографии и текста в журналистских жанрах и форматах, однако важнее отметить когнитивный конфликт, который этот союз предопределяет. Если текст «включает» в читателе зрителя, то изображение в зрителе включает читателя (оно трансформируется в определенные смыслы, оформляемые как часть *понимания* сообщения). С этим утверждением, конечно, можно и поспорить: понимание не обязательно проецируется в форму «текста», пусть на уровне внутреннего высказывания. Однако нет сомнений, что чтение текста и рассматривание изображения разделены, а не слиты. Читателю надо прервать чтение и рассмотреть изображение (так же, как при чтении книги собственно чтение прерывается там, где читатель начинает рассматривать иллюстрацию). Симультанное чтение и рассматривание невозможны, однако они могут быть организованы именно как почти неразличимо параллельный

процесс в случае погружения в специальные форматы (к таковым относятся фоторепортажи, например, но среди других печатных практик – комиксы, организующие совершенно особое пространство изображения и текста, созданного в большей мере для рассматривания и являющегося нередко частью изображения, образующей сам формат комикса, см. [5]).

Но когда журналистика переходит к видеоформату, письменное слово сменяется устным, а погружение зрителя в переживание движущегося изображения становится основной формой, конкурирующей за зрителя с художественными формами (кинофильмами, а позднее и сериалами). И вновь можно наблюдать, что погружению здесь мешает как краткость, так и «шаблонность» журналистских телеформатов. Впрочем, появляются видеопроекты, прямо рассчитанные на погружение, – например, в эпоху «недалекого прошлого» в «Намедни» Леонида Парфенова. Используя самые разные приемы, автор стремится представить один год жизни страны не как калейдоскоп событий, но как связное повествование о времени и людях, объединенных не столько календарем, сколько сквозными идеями (или тоской по таким идеям). Ощущение «нерва» такого видеоповествования и создает эффект погружения (или «присутствия»).

В чем же новизна и специфика иммерсивной журналистики, рассчитанной на то, что пользователь сможет ощутить себя непосредственным участником описываемых событий? Технологии VR и AR не могут рассматриваться как «одно и то же», именно в силу того, что у них разные медиумы. Но обе они направлены на эффект *immediacy*: мир события лежит вокруг пользователя на все 360 градусов, он оказывается актором, движущимся сквозь пространство, точно воспроизводящее то, о котором идет речь. В таком проекте важно, чтобы пользователь не оценивал искусственность и искусность, но забыл о медиуме, неудобных очках, странном чувстве собственной беспомощности и незащищенности, появляющемся при использовании VR-оборудования, планшете, который он держит в руках, и погрузился в само репрезентируемое событие, где сутью погружения становится уже не работа воображения, воссоздающего мир, «спрятанный» в словах, но эмоция соучастия, выражающаяся в страхе, воодушевлении, тревоге, радости и т. п. Другими словами, важнейшая задача этих техник – «убить» чувство мимесиса, которое не дает сознанию забыть об искусственности мира, в которое погружается пользователь.

И вот тут-то и возникают основные вопросы: можно ли избавиться от этого чувства, достаточно ли адекватны воссоздаваемые миры своей задаче, испытывает ли пользователь планируемые ощущения или все же «играет в технологию»? Связь с медиаэстетикой игры и в целом особого мира «задачи, которую надо решить» (например, пройти через определенное пространство), работает противоположно задаче погружения в определенное пространство и его атмосферу, поскольку имеет четкую идею *сюжетности*. Здесь было бы уместно опять вернуться к ремедиации и вспомнить чтение: невозможно сопоставить «проглатывание» сюжетно увлекательной книги и «медленное чтение», рассчитанное на крайне неспешную «прогулку» по воображаемому миру и совершенно невозможное в случае «лихорадочного» следования сюжету. Думается, что при чтении сюжетных книг (например, детективов) возникает тот же эффект «решения задачи» (прохода через текст к развязке), что и в определенных жанрах компьютерных игр. Решение задачи не дает погрузиться в мир, а заставляет сосредоточиться на этом решении. И иммерсивные приемы в журналистике, возможно, испытывают вызов такого когнитивного ограничения. Впрочем, иммерсивная журналистика не «едина и неделима», как и чтение или компьютерные игры. Это особый высокотехнологичный мир, который – несмотря на относительную юность – уже вырабатывает свои особые жанры и типы погружения, поэтому разворачивает себя все дальше, позволяя видеть в новых «складках» новые отсветы ремедиации и соединения гипермедиальности с иммедиаальностью.

Список литературы

1. Новикова, А. А. Объект и субъект творчества в коммуникативном поле аудиовизуальных практик: автор и эмансипированный зритель / А. А. Новикова. – Текст : непосредственный // Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения: сб. матер. Междунар. научн. форума (9–12 ноября 2020 г.) / отв. ред. В. В. Васильева. В 3-х т. – Т. 2. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2020. – С. 119–121.
2. Сидунова, М. К. Точки роста иммерсивной журналистики в России / М. К. Сидунова. – Текст : непосредственный // Медиа среда. – 2020. – № 1 (17). – С. 53–57.
3. Турышева, О. Н. Прагматика художественной словесности как предмет литературного самосознания: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / О. Н. Турышева. – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2011. – Текст : непосредственный.
4. Bolter, J. D. Remediation / J. D. Bolter, R. Grusin. – Cambridge: MIT Press, 2000. – Текст : непосредственный.
5. Bredehoft, T. A. The Visible Text: Textual Pro-Duction and Reproduction from Beowulf To Maus / T. A. Bredehoft. Oxford: Oxford University Press, 2014. – X, 182 p. – Текст : непосредственный.
6. de la Peña, N. Immersive journalism: immersive virtual reality for the first-person experience of news / N. de la Peña, P. Weil, J. Llobera, E. Giannopoulos, A. Pomes, B. Spanlang, M. Slater. – Текст : непосредственный // Presence. – № 19. – P. 291–301.
7. Dertida, J. Economimesis / J. Dertida. – Текст : непосредственный // Diacritics. – Т. 11. – 1981. – С. 3–25.
8. Hardee, G. M. Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework / G. M. Hardee // Springer International Publishing Switzerland, 2016. – P. 679–690. – Текст : непосредственный.
9. Rocha, G. Realidade virtual e Jornalismo: uma revisão histórica (1992-2018). [Virtual Reality and Journalism: A Historical Review] / G. Rocha, A. F. Pase. – Текст : непосредственный // 20th Symposium on Virtual and Augmented Reality, SVR 2018, Foz do Iguaçu, Brazil, October 28-30, 2018. IEEE 2018. – P. 122–132.
10. Ryan, M.-L. Storyworlds Across Media: Toward a Media-Conscious Narratology / M.-L. Ryan, J.-N. Thon (eds.). – University of Nebraska Press, Lincoln, 2014. – Текст : непосредственный.

IMMERSIVE JOURNALISM THROUGH THE PRISM OF REMEDIATION

M. V. Zagidullina

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, mzagidullina@gmail.com

*The study was supported by a grant from the Russian Science Foundation,
project No. 18-18-00007*

The stimulus to write this article was the discussion that took place at the 59th St. Petersburg Media-Readings related to immersive journalism. Continuing the discussion of the issues of technical “re-equipment” of the production of news and - more broadly - journalistic content, the author proposes to evaluate new methods from the standpoint of the theory of medium, which draws attention to the “sense” of communication. The institutional relevance of the journalistic profession and immersive project activities is complicated by the blurring of the lines between “immersion as entertainment” and the user’s emotional involvement in experiencing the message.

Key words: immersive journalism, AR technologies, VR technologies, high-tech projects, medium theory, remediation, reading, journalistic genres, media aesthetics, immediacy, hypermediality.

References

1. Novikova, A. A. (2020) Ob'yekt i sub'yekt tvorchestva v kommunikativnom pole audiovizual'nykh praktik: avtor i emansipirovannyi zritel' [Object and subject of creativity in the communicative field of audiovisual practices: the author and the emancipated viewer]. *Media v sovremennom mire. 59-ye Peterburgskiy chteniya: sb. mater. Mezhdunar. nauchn. foruma (9–12 noyabrya 2020 g.)* / V. V. Vasil'yeva, ed. Vol. 2. Sankt-Peterburg: SPbGU, 2020, p. 119–121. (In Russ.).
2. Sidunova, M. K. (2020) Tochki rosta immersivnoy zhurnalistiki v Rossii [Growth points of immersive journalism in Russia]. *Mediasreda*, No. 1 (17), pp. 53–57. (In Russ.).
3. Turyshcheva, O. N. (2011) *Pragmatika khudozhestvennoy slovesnosti kak predmet literaturnogo samosoznaniya* [Pragmatics of literary literature as a subject of literary self-awareness] : thesis. Yekaterinburg : Ural'skiy gosudarstvennyy pedagogicheskiy universitet. (In Russ.).
4. Bolter, J. D., Grusin R. (2000) *Remediation*. Cambridge: MIT Press.
5. Bredehoft, T. A. (2014) *The Visible Text: Textual Pro-Duction and Reproduction from Beowulf To Maus*. Oxford: Oxford University Press, X, 182 p.
6. de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomes, A., Spanlang, B., Slater, M. (2010) Immersive journalism: immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence*, No. 19, pp. 291–301.
7. Dertida, J. (1981) Economimesis. *Diacritics*. No. 11, pp. 3–25.
8. Hardee, Gary M. (2016) Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework. *Springer International Publishing Switzerland*, S. Lackey and R. Shumaker (Eds.): VAMR 2016, LNCS 9740, pp. 679–690. DOI: 10.1007/978-3-319-39907-2_65.
9. Rocha G., Pase, A. F. (2018) *Realidade virtual e Jornalismo: uma revisão histórica (1992-2018)* [Virtual Reality and Journalism: A Historical Review]. *20th Symposium on Virtual and Augmented Reality, SVR 2018*, Foz do Iguaçu, Brazil, October 28-30, 2018. IEEE 2018, pp. 122-132. DOI 10.1109/SVR.2018.00028.
10. Ryan, M.-L., Thon, J.-N. (eds.). (2014) *Storyworlds Across Media: Toward a Media-Conscious Narratology*. University of Nebraska Press, Lincoln.

Загидуллина Марина Викторовна – доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет.

mzagidullina@gmail.com