

НАУЧНЫЕ ОБЗОРЫ И СООБЩЕНИЯ SCIENTIFIC REVIEWS AND REPORTS

DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-2-313-341

УДК 070



Обзорная статья

ОПЫТ ИММЕРСИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИЙСКИХ СМИ

А.А. Гаврилова, М.Г. Яковлева

Целью статьи является изучение опыта российских СМИ в области создания иммерсивного контента. Эмпирической базой исследования послужили 216 иммерсивных материалов телеканала *Russia Today* и 26 иммерсивных материалов РИА Новости. Исследование было реализовано методом контент-анализа. Также применялась техника экспертного интервью для сбора информации о деятельности Дирекции новых медиа МИА «Россия сегодня».

В результате проанализирован опыт российских СМИ – телеканала *Russia Today* и РИА Новости – в области использования инструментов виртуальной и дополненной реальности и технологии видео 360°; определены численность, хронометраж, жанрово-тематическая специфика иммерсивных материалов, их популярность среди аудитории; выявлены основные проблемы российских СМИ в области производства иммерсивного контента.

Полученные результаты будут полезны в исследовании трендов развития журналистики, а также могут пригодиться для редакций СМИ, заинтересованных в разработке новых форматов медиaproductов и привлечении новых аудиторных групп.

Ключевые слова: журналистика погружения; иммерсивная журналистика; иммерсивный контент СМИ; иммерсивные технологии; виртуальная/дополненная реальность

Для цитирования. Гаврилова А.А., Яковлева М.Г. Опыт иммерсивной журналистики в российских СМИ // Современные исследования социальных проблем. 2023. Т. 15, № 2. С. 313-341. DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-2-313-341

Scientific Reviews

IMMERSIVE JOURNALISM EXPERIENCE IN THE RUSSIAN MEDIA

A.A. Gavrilova, M.G. Yakovleva

The purpose of the article is to study the experience of the Russian media in the field of creating immersive content. The empirical basis of the study was 216 immersive materials of the Russia Today TV channel and 26 immersive materials of RIA Novosti. The study was implemented by the content analysis method. The technique of expert interviews was also used to collect information about the activities of the Directorate of New Media of MIA “Russia Today”.

Results. *The article analyzes Russian media experience, i.e., Russia Today channel and RIA Novosti, in using of virtual reality and augmented reality tools and 360° video technology; number, timing, genre and theme specifics and their popularity among the audience are determined; primary issues of Russian media in immersive content production are identified.*

The results obtained will be useful in researching trends in the development of journalism, and may also be useful for media editorial offices interested in developing new media product formats and attracting new audience groups.

Keywords: *immersive journalism; immersive media content; immersive technologies; virtual reality; augmented reality*

For citation. *Gavrilova A.A., Yakovleva M.G. Immersive Journalism Experience in the Russian Media. Sovremennye issledovania socialnyh problem [Modern Studies of Social Issues], 2023, vol. 15, no. 2, pp. 313-341. DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-2-313-341*

Введение

Журналистика как профессия и вид коммуникации трансформируется в условиях развития средств и технологий связи. Эффективность деятельности того или иного СМИ сегодня напрямую зависит от успешности освоения редакциями новых каналов, платформ, способов и форм взаимодействия с потенциальной аудиторией. Все увеличивающиеся объемы медиапотребления заставляют журналистов конкурировать не только с другими СМИ, но и с кино- и телепроизводителями, социальными сетями, разработчиками компьютерных игр, блогерами, информационными ресурсами сети и другими субъектами медиаполя, борющимися за такой ценный ресурс, как внимание аудитории. В данных условиях редакции начинают экспериментировать с контентом и способами его подачи аудитории, используя различные технологические новинки, в частности иммерсивные технологии. Эффект «иммерсии» (от лат. *immersio* – погружение) или эффект «погружения» в событийную среду медиакommunikации, достигаемый за счет использования в журналистике инструментов виртуальной и дополненной реальности, а также видео 360°, несомненно, служит одним из возможных способов привлечения и удержания потребителя, но требует новых компетенций, стратегий продвижения контента, технической оснащённости от редакций СМИ, а также изменения установок, пользовательских привычек и усовершенствования технических характеристик девайсов со стороны аудитории. В данной статье мы проанализируем опыт ведущих российских СМИ в области иммерсивной журналистики.

Обзор литературы

Иммерсивная журналистика в отечественных СМИ так и не оформилась в самостоятельный вид журналистской деятельности. Однако российские теоретики и представители медиаиндустрии заинтересованы в изучении её потенциала. За последнее десятилетие был опубликован ряд работ, посвященных исследованию развития иммерсивной журналистики в России.

Ю.В. Благов [2] изучил и систематизировал теоретические подходы отечественных и зарубежных авторов к технологии виртуализации как инструментальному объекту исследования. А.А. Гаврилов [8] описал медиареальность виртуальной коммуникации как естественный феномен долгосрочной эволюции традиционных машин медиации. А.В. Замков [12] предпринял попытку теоретического осмысления иммерсивной журналистики, а также провел анализ и обозначил риски развития новой отрасли индустрии современных СМИ. К вопросу иммерсии в журналистике обращались А.А. Новикова и И.В. Кирия. Исследователи проанализировали трансформацию журналистской деятельности в контексте культурных и коммуникативных практик и описали иммерсивность как набор приемов эстетического воздействия на аудиторию, позволяющих вовлекать ее в мультимедийную или трансмедийную среду экранного повествования [22]. Теоретики А.П. Суходолов и С.В. Тимофеев отметили одну из ключевых особенностей иммерсивной журналистики как нового медиаканала, который взаимодействует с реципиентом с помощью мультисенсорного опыта восприятия [29]. Е.А. Осиповская оценила степень релевантности и эффективности новостных сюжетов в иммерсивной среде с точки зрения их восприятия реципиентом [23].

К иммерсивным технологиям теоретики относят несколько видов медиареальности: AR (дополненная реальность), VR (виртуальная реальность), MR (смешанная реальность), DR (ограниченная реальность), XR (расширенная реальность) и видео 360°. Каждая из них обеспечивает имитацию присутствия на месте событий и позволяет увеличить вовлеченность пользователя [3]. Поскольку в журналистике активно используются лишь три из перечисленных видов медиареальности – виртуальная, дополненная и 360° – охарактеризуем их поподробнее.

VR (Virtual Reality, виртуальная реальность) представляет собой искусственно созданное вымышленное пространство для виртуального погружения. Инструменты виртуальной реальности работают в новых специально созданных компьютером средах и полностью замещают физический мир, отделяя от него субъекта

коммуникации. Все, с чем взаимодействует пользователь виртуальной реальности, является «нереальным». С технической стороны для потребления такого типа контента требуется серьезный процессор и дополнительные элементы: очки или шлем виртуальной реальности [11].

AR (Augmented Reality, дополненная реальность) совмещает в медиапродукте реальные и виртуальные объекты. Пользователь AR-технологии видит виртуальное и реальное одновременно с помощью специальных настроек и опций, которые внешними слоями дополняют, корректируют, усложняют окружающую среду. Необходимым условием совмещения реального и виртуального выступает знание пространственного положения наблюдателя, что позволяет формировать изображения виртуальных объектов с подходящими ракурсом и масштабом, а затем накладывать их на картину реального мира [17]. Использование технологий дополненной реальности возможно только при наличии мобильных устройств или планшетов, оснащенных видеокамерой с соответствующими техническими показателями, а также датчиками позиционирования. К.Б. Мухамдиева отмечает, что в дополненной реальности пользователи неразрывно связаны с физическим миром: «они полностью осознают свое окружение и могут воспринимать, осязать и взаимодействовать с реальным миром с помощью цифровой информации, предоставляемой приложением дополненной реальности» [20]. AR-технологии используют виртуальные, искусственно созданные элементы для обогащения реального мира и опыта пользователя, а не для его замены, как это происходит в случае с виртуальной реальностью.

Помимо описанных видов реальности существуют технологии 360°, которые чаще всего используются в формате панорамных видео и 3D-туров, когда с помощью специальной аппаратуры пользователю предоставляют круговой обзор определенной локации с целью визуального погружения в транслируемую среду. Поначалу исследователи теории иммерсивных медиа относили панорамные видео 360° к формату виртуальной реальности, так как их потребление подразумевало наличие у пользователя VR-шлемов. Однако

с появлением видеопроекторов, позволяющих воспроизводить подобный контент с минимальным техническим оснащением, отпала необходимость в наличии дополнительного оборудования. Кроме того, видео 360° не создают новой реальности, а лишь транслируют события, происходящие в существующей окружающей среде. Их основная цель – вызвать эффект присутствия, прямого включенного наблюдения за событием с помощью передачи трехмерного пространства. Поэтому мы бы не стали относить панорамные видео к инструментам виртуальной реальности. В нынешних условиях они вполне могут существовать как отдельный вид иммерсивных технологий. Такой же точки зрения придерживается заместитель главного редактора МИА «Россия сегодня» Н.Г. Лосева. Наряду с перечисленными – виртуальной (VR) и дополненной реальностью (AR) – она отдельно выделяет такое направление развития отечественной иммерсивной журналистики, как видео 360° [3].

Разработки в области технологий дополненной и виртуальной реальности дали журналистике новые возможности для развития и конвергенции. Благодаря им, как отмечают исследователи, «интеракция пользователя с контентом выходит на качественно новый уровень» [23, с. 79]. При этом поиск уникальных форм коммуникации происходит в условиях доминирования визуального канала восприятия и с опорой на развитие технологий. В результате появляется гибридный информационно-развлекательный контент, что значительно повышает уровень конкурентоспособности журналистских способов подачи информации. Основанный на их использовании новый вид журналистики медиатеоретики называют иммерсивной или журналистикой погружения. Ее основное преимущество заключается в способности правдоподобно имитировать реальность и создавать интерактивное поле, вовлекающее зрителя в мультимедийную или трансмедийную среду экранного повествования [22, с. 276-288].

Результаты исследования и их обсуждение

Изучив определения иммерсивной журналистики различных авторов, мы приходим к выводу, что российские медиатеоретики

подразумевают под ней журналистскую деятельность с использованием инструментов виртуальной реальности, для создания сложных гибридных медиапродуктов мультимедийного формата, синтезирующих текстовые, визуальные и звуковые средства, для достижения интенсивного погружения/проживания актуальных тем, проблем аудиторий.

Если рассматривать практический потенциал иммерсивной журналистики, то первыми иммерсивные технологии опробовали зарубежные СМИ, со временем сделав их применение распространенной практикой медиапроизводства. Иностранные информационные агентства и качественные издания активно использовали возможности инструментов «погружения». Одними из первых, кто стал регулярно выпускать материалы в VR, были The New York Times. В конце 2015 г. издание запустило спецраздел NYT VR, а также подарило своим бумажным подписчикам более миллиона устройств Google Cardboard – шлемов VR, внося большой вклад в популяризацию виртуальной реальности среди населения. Затем эстафету журналистики «погружения» подхватили такие медиагиганты, как The Guardian с их VR-историями в духе социальной журналистики с познавательными элементами, Associated Press с их ставкой на 3D-моделирование, ABC News, CNN, BBC и другие.

В России лидерами в освоении иммерсивной журналистики стали телеканал Russia Today (RT) и РИА Новости (МИА «Россия сегодня»). Телеканал Russia Today производит иммерсивный контент в единственном формате – видео 360°. По мнению руководителя интернет-редакции RT К. Карнович-Валуа, для новостной индустрии 360 градусов – это идеальный формат, который дает зрителю ощущение присутствия «на совершенно новом уровне» [38]. Как отмечает руководство телеканала, за три года существования проекта RT стал первым из мировых информационных телеканалов, кто запустил собственное приложение для просмотра панорамного видео – «RT360», распространяемого через магазины Google Play и App Store [Там же]. RT также стал одним из первых

СМИ в мире, запустивших отдельную страницу в Facebook^{1*} (здесь и далее – Facebook* принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ) исключительно с панорамным видеоконтентом. Помимо специальной страницы в Facebook*, следить за новостями в формате 360° зрители могли на каналах RT на YouTube (как русском [6], так и английском [46]). В последний год, ввиду геополитической ситуации, произошла массовая блокировка аккаунтов телеканала Russia Today в зарубежных социальных сетях и магазинах приложений:

1. Европейский офис Google объявил о немедленной блокировке YouTube-каналов RT и Sputnik [44]. Ранее TikTok и Facebook^{2*} заблокировали аккаунты RT и Sputnik на территории ЕС [36].
2. Facebook* закрыл страницу «RT на русском» [35], она недоступна для подписчиков и пропала из поисковой выдачи, сообщается в Telegram-канале «RT на русском».
3. Google Play и AppStore удалили приложения RT из своих магазинов [37].

Телеканал не переносил контент в формате 360° на отечественный видеохостинг RuTube. Часть видео в формате 360° до сих пор представлена в аккаунте телеканала в социальной сети Facebook*. 4 марта 2022 г. Роскомнадзор принял решение о блокировке доступа к сети Facebook* (принадлежит компании Meta Platforms, Inc.) на территории Российской Федерации.

Первое видео 360° телеканал Russia Today снял в формате трансляции новостей в режиме реального времени из московской студии RT, а затем стал использовать эту технологию в производстве других своих материалов. Всего за период с марта 2016 г. по май 2019 г. редакция выпустила не менее 216 панорамных видео. В своем исследовании, проведенном методом контент-анализа, мы опирались на видеоконтент, представленный на странице RT 360° на платформе Facebook*. Мы проанализировали тематику, длительность, а также реакцию аудитории на данные видео.

*1 Признана экстремистской организацией, запрещена на территории России

*2 Признана экстремистской организацией, запрещена на территории России

Выявленная в ходе исследования тематическая дифференциация панорамных видео Russia Today относительно, поскольку некоторые видео могут быть причислены сразу к нескольким темам. В подобных случаях мы включали видео в одну, наиболее подходящую, на наш взгляд, тематическую группу. В результате в нашей классификации наибольшее количество панорамных видео вошли в группы «спорт» (43 из 216 видео), «культура» (34 из 216 видео), «политика» (33 из 216 видео), «празднование» и «космос» (по 23 из 216 видео). Достаточно многочисленными оказались группа «экстрим» (19 из 216 видео), трэвел-видео (12 из 216 видео), видео по теме «чрезвычайное происшествие» (8 из 216 видео). Часть видео была посвящена представителям различных профессий (6 видео), религиозной (5 видео) и научной (4 видео) тематикам, деятельности телеканала Russia Today (3 видео), социальной тематике (2 видео) и развлечениям (1 видео). Таким образом, журналисты телеканала Russia Today использовали технологию панорамной съемки преимущественно для трансляции значимых событий, чья дата известна заранее (праздничные мероприятия, концерты, религиозные службы и пр.); передачи уникального жизненного опыта, эмоций и переживаний (митинги, спортивные соревнования, экстремальные виды деятельности, трэвел-журналистика); продвижения отечественных достижений в научной и космической отраслях. Подготовка материалов по теме международной политики и освещение трагических событий показывает наличие новостного потенциала в использовании данной технологии.

Длительность исследуемых видео составила от 16 секунд до 3 часов 59 минут 59 секунд. При этом большая часть иммерсивных материалов – это короткометражные ролики до 10 минут (199 из 216 видео): 10 роликов длительностью до одной минуты, 110 роликов – от 1 до 3 минут, 49 роликов – от 3 до 5 минут, 30 роликов – от 5 до 10 минут. На объемные материалы длительностью свыше 30 минут приходится 12 видео: 4 ролика длительностью от 30 до 60 минут и 8 роликов длительностью свыше 60 минут.

В ходе исследования мы выяснили, что видео публикуются в жанрах репортажа, информационного сюжета, зарисовки, очерка,

видеотрансляции, обозрения, отчёта, документального фильма.

Для исследования популярности иммерсивных материалов Russia Today мы проанализировали количество просмотров, реакций, комментариев и реплаев со стороны аудитории. В результате мы выяснили, что наибольшей популярностью у аудитории пользовались видео тематики «космос»: они набрали наибольшее количество просмотров, лайков, реплаев и комментариев. Так, видео «Впервые во Вселенной: панорамный вид выхода в открытый космос» [43] набрало 4 млн. просмотров, 26 тыс. лайков, 21 тыс. реплаев и 6,8 тыс. комментариев. Видео «От сумерек к рассвету: панорамная съемка МКС на земной орбите» [45] насчитывает 1,2 млн просмотров, 18 тыс. лайков, 8,9 тыс. комментариев и 16 тыс. реплаев. Видео «Космос 360: вид на Землю из модуля «Купол» [47] набрало 800 тыс. просмотров, 14 тыс. лайков, 428 комментариев и 6,6 тыс. реплаев. Еще один популярный сюжет в формате 360° относится к теме «политика» – «Алеппо: Шрамы войны» [42]. Он насчитывает 1,9 млн просмотров, 17 тыс. лайков, 965 комментариев и 4,2 тыс. реплаев.

Большая часть иммерсивных видео Russia Today оказалась мало востребована аудиторией, имея до 50 тыс. просмотров (167 видео): 53 видео – до 10 тыс. просмотров и 114 видео – от 10 до 50 тыс. просмотров. Ещё 32 видео набрали от 50 до 100 тыс. просмотров; 12 видео – от 100 до 500 тыс. просмотров; 2 видео – от 500 до 1 млн просмотров и всего три обозначенных выше видео перешли порог в 1 млн просмотров. В числе видео, превысивших 100 тыс. просмотров (17 видео), преобладают темы космоса и культуры (по 5 видео каждая), но также встречаются темы политики (4 видео), экстрима (2 видео), путешествий (1 видео). Наш анализ показал, что среди наиболее востребованных аудиторией видео преобладают короткие ролики: 6 видео имели длительность до трех минут, 9 видео – от трёх до пяти минут, одно видео – от 5 до 10 минут и еще одно видео длится почти 4 часа.

Таким образом, за три года существования проекта «Видео 360°» телеканал Russia Today выпустил более 200 видео на 14 различных

тем – от спорта и экстрима до политики и культуры. Кроме того, за это время редакция повысила качество съемки – с одноплановой до разноплановой композиции видео, а также подняла их разрешение, начала использовать анимационные элементы, провела работу по звукорежиссуре: внедрила звуковое сопровождение, закадровый голос. Стоит отметить, что звуковое сопровождение, уровень съемки и монтажа за время работы с иммерсивным видео на канале Russia Today стали отличаться оригинальностью и качеством. Видеоконтент RT 360 имеет несомненные преимущества по сравнению с традиционным видео: позволяет наблюдать происходящее в разных перспективах и ракурсах, расширяет обзор зрителя и усиливает эффект погружения в событийную среду, транслирует зрителю атмосферу, эмоции и впечатления участников, а также развлекает пользователя благодаря интерактивным элементам: анимации, панели управления.

В российском медиапространстве лидером в освоении и применении VR/AR-технологий при создании иммерсивного журналистского контента является РИА Новости. В 2018 г. специалисты Дирекции новых медиа создали и развили первую в России платформу иммерсивной журналистики РИА.Lab. В специально разработанном приложении для AppStore и GooglePlay публикуются материалы, созданные и реализуемые с помощью инструментов дополненной и виртуальной реальности. Кроме того, с 2021 г. часть проектов доступна в формате так называемого «большого VR» на платформе Steam. За пять лет Дирекцией новых медиа было выпущено 26 материалов, созданных с помощью AR (14 проектов), VR-инструментов (10 проектов) и съемки видео в формате 360° (2 проекта). Часть проектов представлена на сайте агентства в разделе «Интерактивные проекты». Каждому иммерсивному материалу РИА Новости посвящена страница с текстовым описанием или полноценным материалом по теме в формате лонгрида с фотографиями, подкастами, видеонаонсами или демонстрационными видео.

Говоря о качестве иммерсивных проектов РИА Новости, стоит начать с того, что в их производстве участвуют команды специа-

листов из трех отделов: редакционного отдела, отдела разработки, отдела аудитории и маркетинга. Центр разработки экспериментальных проектов Дирекции новых медиа состоит из команды численностью до 10 человек, в которую входят руководитель Центра, менеджер проектов, гейм-дизайнер, 3D и 2D/ UI/ UX-художники, Unity developers (разработчики) и тестировщик. Кроме того, к работе привлекаются звукорежиссер и переводчики на английский и китайский языки. Посильную помощь, экспертную и информационную поддержку оказывают различные фонды, сообщества, движения, организации и ассоциации. Источниками информации выступают герои материалов, эксперты и консультанты по теме, международные и российские реестры, документы и архивы. На непосредственную разработку каждого проекта уходит от 3 до 6 месяцев в зависимости от сложности поставленной задачи. Как отмечают создатели [13], они готовят иммерсивные продукты к конкретным датам релиза.

Большинство иммерсивных проектов Дирекции новых медиа носят образовательно-просветительский характер, повествуя об исторических событиях [4; 5; 21], космосе [18; 28; 33; 34;], культуре [9; 10; 31; 39], реконструируя жизненный опыт отдельных категорий людей (инвалидов по зрению [40], аутистов [19], синестетов [27] и пр.). Встречаются материалы на социальные темы [25; 32], посвященные катастрофам [7; 30], праздникам [16], спецтехнике [14; 15] и экологии [24]. Как правило, это «долгоиграющие темы», касающиеся малодоступных персон и объектов (атомный ледокол, чёрная дыра, лунная станция, отшельница Агафья Лыкова, лесной пожар) и транслирующие уникальный эмоционально-телесный опыт (восприятие аутистов, синестетов или слепых; встреча Юрия Гагарина; переживание окончания войны в мае 1945 г.; дрессировка хищников и пр.).

Благодаря иммерсивным технологиям у журналистов появляется возможность создавать материалы, которые реконструируют конкретные события или воссоздают чувственно-эмоциональный опыт определенных практик, состояний, восприятий; позволяют

аудитории реализовать вариативность исследовательского поиска в изучении тех или иных вопросов; усиливают субъектную позицию пользователя, позволяя ему моделировать исследуемую ситуацию, детально погружаться в изучение малодоступных объектов. В результате возникают новые жанры журналистских материалов, заимствующие характерные черты других практик медиапотребления, а именно: компьютерно-игровых, визуально-зрелищных, виртуально-экспозиционных. Так, Дирекция новых медиа создает иммерсивные материалы в таких жанрах, как AR/VR-симулятор (5 материалов), AR-игра (4 материала), AR-выставка (5 материалов), AR/VR-реконструкция (9 материалов) и VR-квест (1 материал); модернизируют такой традиционный жанр журналистики, как репортаж – в видеорепортаж в формате 360° (2 материала).

Ввиду того, что проекты РИА Новости представляют собой различные виды материалов – от AR-фотовыставок до VR-реконструкций – большинство из них не имеют фиксированной длительности. Пользователю предоставляется мультимодальный контент, на потребление которого он тратит неопределенное количество времени. В таком случае задача производителя заключается в том, чтобы заинтересовать реципиента, привлечь его внимание и погрузить в событийную среду, где бы он провел как можно большее количество времени.

Иммерсивные проекты РИА Новости отличаются высоким качеством в плане уникальности идеи, проработки темы, программирования, графического дизайна, звука, сценарного мастерства. Два из них получили награды в международных конкурсах: проект «Механика аутизма. Почему они так реагируют» стал лауреатом юбилейного, 25-го ежегодного международного конкурса в сфере маркетинга, рекламы, корпоративных коммуникаций и пиара Communicator Awards и премии Всемирной газетной и новостной ассоциации (WAN-IFRA) European Digital Media Awards, а проект «Слепые в большом городе» стал победителем международной премии IPRA Golden World Awards 2019. Несмотря на подобные достижения, популярность материалов РИА Новости остается не-

достаточно высокой по оценкам самих создателей [13]. Согласно результатам нашего контент-анализа, максимальное количество просмотров за время существования набрали лишь первые два иммерсивных проекта РИА Новости: «VR-история. Механика аутизма: Почему они так реагируют?» (чуть более 102,2 тыс. просмотров) и «AR-история. Синестезия. Они чувствуют иначе. Они среди нас» (159 тыс. просмотров). Материал «Фотовыставка лауреатов конкурса Стенина с элементами дополненной реальности» стал антирекордсменом, набрав всего около 200 просмотров. Остальные публикации не достигли отметки в 60 тысяч просмотров.

По результатам нашего исследования можно сделать вывод, что более проработанные иммерсивные материалы РИА Новости пользуются меньшей популярностью, чем панорамные видео телеканала Russia Today. При этом иммерсивный контент, несомненно, обладает высоким потенциалом роста аудиторных просмотров: так, за время проведения нашего исследования количество просмотров по разным иммерсивным проектам агентства увеличилось от нескольких десятков до нескольких тысяч посетителей. Подобный эффект достигается благодаря не теряющим своей актуальности темам: очевидно, что спустя достаточно длительный период времени эти публикации будут по-прежнему интересны и востребованы аудиторией. При этом технические ограничения роста популярности иммерсивного контента (устаревание графики, навигации, аудиовизуальных эффектов и прочее), несомненно, существуют. Причинами низкой заинтересованности аудитории в иммерсивном журналистском контенте могут быть недостаточная осведомленность пользователей, их низкая техническая оснащенность, а также отсутствие понимания функциональных особенностей подобного рода материалов.

Из нашего интервью с Н.Г. Лосевой следует, что изначально Дирекция новых медиа МИА «Россия сегодня» при производстве иммерсивного журналистского контента ориентировалась как на потребителей VR/AR-продуктов, так и на более широкую аудиторию. Но это оказалось «тупиковой веткой»: пробиваться в аудиторию, которая никогда не смотрела VR и еще долго не будет смотреть, – это

история затратная: «Поэтому сейчас мы ориентируемся в первую очередь на ту аудиторию, которая уже является пользователями VR: то есть у них дома есть шлем, или они ходят в VR-клубы, или у них в школе есть VR-класс, или в институте есть преподавание какого-то предмета через VR. Это аудитория молодежная» [13]. Помимо этого, по словам Н.Г. Лосевой, их интересует и взрослая аудитория, которая получила опыт общения с VR – на работе либо в игровой форме – и понимает, что есть такой инструмент со своими возможностями в развлекательной или познавательной областях. «В целом, если говорить в двух словах, это та аудитория, которая уже сегодня имеет более или менее регулярный опыт пользования VR» [13].

Таким образом, достаточно трудоёмкие и ресурсоёмкие в разработке материалы журналистики погружения менее доступны аудитории, поскольку зачастую требуют значительной вычислительной мощности устройства пользователя и дополнительных девайсов, таких как VR-шлем или очки виртуальной реальности. СМИ пытаются решить эту проблему, ориентируясь на усредненный уровень технической оснащённости пользователя – наличие смартфона, планшета или компьютера с доступом в Интернет. Однако это может привести как к снижению эффекта иммерсии, так и ухудшению качества самого продукта, что сводит на нет усилия журналистов по созданию иммерсивных материалов. Технические ограничения становятся препятствием не только для пользователя, но и для производителя.

Несомненно, что иммерсивные технологии имеют весьма ограниченную область применения в журналистике с точки зрения массовой практики: оперативная подача информации аудитории делает нецелесообразным и практически невозможным использование сложных эффектов – объёмного звука, визуального погружения, интерактивного взаимодействия, – во всяком случае, на современном этапе развития средств коммуникации.

Заключение

1. Мониторинг российского медиаполя показал, что иммерсивные технологии в журналистике использовали лишь две редакции:

телеканал Russia Today и РИА Новости. При этом оба СМИ прекратили данную практику через 2-3 года после её начала (в 2018 и в 2021 гг. соответственно). За обозначенный период журналистами редакций было создано достаточно ограниченное количество иммерсивных материалов (216 и 26 соответственно).

2. Единственный формат иммерсивных материалов телеканала Russia Today – видео 360°, публикуемых преимущественно в жанрах репортажа, информационного сюжета, зарисовки, очерка, отчёта и видеотрансляции. Специалисты Дирекции новых медиа МИА «Россия сегодня» в основном использовали технологии виртуальной и дополненной реальности, представляя аудитории инновационную палитру жанров: AR/VR-симулятор (5 материалов), AR-игру (4 материала), AR-выставку (5 материалов), AR/VR-реконструкцию (9 материалов) и VR-квест (1 материал), видеорепортаж 360° (2 видео). Опыт редакций показывает, что технологии дополненной и виртуальной реальности значительно трансформируют традиционную палитру жанров журналистики, в отличие от технологии видео 360°.

3. Тематика иммерсивных материалов частично совпадает в двух изданиях по темам «космос», «праздники», «значимые исторические события», «профессиональные будни», «культура». При этом на телеканале Russia Today, в отличие от РИА Новости, активно освещались темы спорта, экстрима и путешествий. Здесь также актуализировалась потенциально новостная тематика – международная политика и резонансные трагические события. В иммерсивных материалах МИА «Россия сегодня» разрабатывалась такая оригинальная проблематика, как уникальные типы восприятия некоторых категорий людей: аутистов, синестетов, инвалидов по зрению.

4. Несмотря на значительно расширившиеся функциональные возможности иммерсивного контента, его востребованность аудиторией остаётся достаточно низкой. В первую очередь это касается тщательно проработанных VR- и AR-проектов журналистики погружения Дирекции новых медиа МИА «Россия сегодня»: количество просмотров лидера в данной группе достигает всего 159 тыс.,

абсолютное же большинство подобных проектов не собрало и 60 тыс. просмотров. Примерно такой же результат у «видео 360» телеканала Russia Today: более половины материалов не превысили 50 тыс. просмотров, хотя два видео космической тематики набрали 4 млн. и 1,2 млн. просмотров соответственно, а ещё одно политической направленности – 1,9 млн. просмотров. При этом наиболее привлекательны для аудитории, согласно нашему анализу, видеоролики длительностью до трёх минут.

5. Основным ограничением, препятствующим росту популярности иммерсивного контента у аудитории, является низкая техническая оснащённость для восприятия виртуальной и дополненной реальности: недостаточная мощность и объемы памяти смартфона/планшета/компьютера, отсутствие шлемов или очков виртуальной реальности.

6. Существуют причины, ограничивающие журналистское производство иммерсивного контента: для его создания требуется команда специалистов – звукорежиссер, 3D-художник, программист, сценарист, дизайнер, тестировщик и пр., а также большее количество временных, финансовых, технических и технологических ресурсов редакции. Кроме того, применение иммерсивных технологий на современном этапе их развития может противоречить ряду стандартов журналистской деятельности: оперативности, объективности, доступности информации.

7. С коммерческой точки зрения выпуск AR/VR-контента в журналистике так же нецелесообразен: он требует повышенных расходов производства, мало востребован аудиторией, не приносит никаких доходов (ввиду отсутствия практики монетизации в российских СМИ). Не случайно, что подобный контент создавался в редакциях именно государственных СМИ: коммерчески ориентированные медиапроизводители не заинтересованы в подобных экспериментах. Что касается формата «видео 360», то он более доступен как для медиапроизводителей, так и для медиапотребителей.

8. Несомненно, что иммерсивный контент приносит свои бонусы для редакции: формирует имидж передового, креативного, техноло-

гичного СМИ; позволяет редакции диверсифицировать медиапродукт, осваивая новые информационные ниши: досугово-развлекательную, культурно-просветительскую, образовательную; помогает приобщить к своей аудитории малодоступные группы, в основном молодых людей до 20 лет.

Список литературы

1. Беленкова Т.В. Современный этап существования иммерсивной журналистики и перспективы ее развития // Век информации. 2018. № 2-2. С. 136-138.
2. Благов Ю.В. Иммерсивная журналистика в медиареальности // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2017. № 3. Том 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnaya-zhurnalistika-v-mediarealnosti> (дата обращения: 11.03.2023).
3. Боброва А.В. Иммерсивные технологии в журналистике: современное состояние и перспективы развития: выпускная квалификационная работа. Челябинск: ЮУрГУ, 2019. URL: https://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/0001.74/29612/2019_216_bobrovaav.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата обращения: 11.03.2023).
4. В чем виновны лидеры Третьего рейха? Уникальное VR-расследование преступлений подсудимых Нюрнбергского процесса // РИА Новости. 2021. Окт., 12. URL: <https://ria.ru/20211012/nyurnberg-1753992957.html> (дата обращения: 17.02.2023).
5. Валерка встречает Гагарина. VR-история, случившаяся в Москве весной 61-го // РИА Новости. 2019. Апр., 12. URL: <https://ria.ru/20190412/1552414883.html> (дата обращения: 17.02.2023).
6. Видео 360. // RT на русском. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLJuzsrVaWjZbAVXKZ_0iz5HuPXjX_SL5 (дата обращения: 17.02.2023).
7. Внутри лесного пожара. Катастрофа в дополненной реальности // РИА Новости. 2019. Дек., 18. URL: <https://ria.ru/20191218/1562503708.html> (дата обращения: 17.02.2023).
8. Гаврилов А.А. Медиареальность как тип виртуальной реальности // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013.

- № 11(37): в 2-х ч. Ч. I. С. 45-47. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-292X_2013_11-1_07.pdf (дата обращения: 11.03.2023).
9. Глядя в пасть. Изнанка дрессировки хищников в репортаже 360 // РИА Новости. 2020. Май, 20. URL: <https://ria.ru/20200520/1571490627.html> (дата обращения: 17.02.2023).
 10. Жизнь и смерть на арене: VR-репортаж об опасной работе цирковых артистов // РИА Новости. 2020. Дек., 23. URL: <https://ria.ru/20201223/akrobaty-1590546902.html> (дата обращения: 17.02.2023).
 11. Замков А.В. О виртуальном расширении медиареальности // Медиаскоп. 2017. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2351> (дата обращения: 11.03.2023).
 12. Замков А.В. Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемам образования / Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарева Н.А. // Современные информационные технологии и ИТ-образование 2017. №1. Том 13. С. 166-172. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnaya-zhurnalistika-podhody-k-teorii-i-probleмам-obrazovaniya> (дата обращения: 11.03.2023).
 13. Интервью авторов исследования с заместителем главного редактора МИА «Россия сегодня» Н.Г. Лосевой. 2022. Май.
 14. Как на пожар! История и эволюция способов борьбы с огнем // РИА Новости. 2020. Окт., 22. URL: <https://ria.ru/20201022/spetstekhnika-1580928795.html> (дата обращения: 17.02.2023).
 15. Как это устроено: атомный ледокол «Арктика». AR-реконструкция // РИА Новости. 2020. Фев., 10. URL: <https://ria.ru/20200210/1564361815.html> (дата обращения: 17.02.2023).
 16. Кто твой Дед Мороз?! Поймай своего и узнай, что будет // РИА Новости. 2018. Дек., 20. URL: <https://ria.ru/20181220/1548086735.html> (дата обращения: 17.02.2023).
 17. Ларин М.С. Моделирование дополненной реальности // Известия высших учебных заведений. Приборостроение. 2010. №2. Т. 53. С. 52-56. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-dopolnennou-realnosti> (дата обращения: 11.03.2023).
 18. Лунная станция 2038 года. Прогноз-реконструкция в виртуальной реальности // РИА Новости. 2019. Авг., 30. URL: <https://ria.ru/20190830/1558027531.html> (дата обращения: 17.02.2023).

19. Механика аутизма. Почему они так реагируют? VR-история о том, как «изнутри» устроен мир человека с аутизмом // РИА Новости. 2018. Ноябрь, 8. URL: <https://ria.ru/20181108/1532191512.html> (дата обращения: 17.02.2023).
20. Мухамадиева К.Б. Дополненная и виртуальная реальность в образовании // Образование и проблемы развития общества. 2021. №1 (14). С. 68-75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dopolnennaya-i-virtualnaya-realnost-v-obrazovanii> (дата обращения: 11.03.2023).
21. Неизвестный знаменосец VR-реконструкция // РИА Новости. 2020. Апрель, 7. URL: <https://ria.ru/20200407/1569234255.html> (дата обращения: 17.02.2023).
22. Новикова А.А., Кирия И.В. Эстетика иммерсивности: особенности творческой деятельности журналиста в мультимедийных и трансмедийных проектах // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2018. Т. 15. Вып. 2. С. 276-288. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/estetika-immersivnosti-osobennosti-tvorcheskoy-deyatelnosti-zhurnalista-v-multimedijnyh-i-transmedijnyh-proektah/viewer> (дата обращения: 11.03.2023).
23. Осиповская Е.А. Технологии виртуальной реальности как новый инструмент журналистики // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2018. Т. 17, № 6. С. 78-81. <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2018-17-6-78-83>
24. РИА Новости и «Другое Дело» запустили AR-проект о сборе мусора // РИА Новости. 2022. Июнь, 28. URL: <https://ria.ru/20220628/proekt-1798662385.html> (дата обращения: 17.02.2023).
25. «Россия сегодня» представила фотографии о жизни таежной отшельницы // РИА Новости. 2019. Янв., 18. URL: <https://ria.ru/20190118/1549579366.html> (дата обращения: 17.02.2023).
26. Сидунова М.К. Точки роста иммерсивной журналистики в России // Медиасреда. 2020. №17. С. 53-57. <https://doi.org/10.24411/2070-0717-2020-10112>
27. Синестеты. Они чувствуют иначе. Они среди нас // РИА Новости. 2018. Ноябрь, 15. URL: <https://ria.ru/20181115/1532746362.html> (дата обращения: 17.02.2023).

28. Спутник-мусорщик: как, зачем и от чего будут очищать орбиту. AR-игра // РИА Новости. 2021. Фев., 24. URL: <https://ria.ru/20210224/kosmosor-1598743936.html> (дата обращения: 17.02.2023).
29. Суходолов А.П., Тимофеев С.В. СМИ и виртуальная реальность: новые возможности и перспективы // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. №4. С. 567-580. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2018.7\(4\).567-580](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2018.7(4).567-580)
30. Тайна перевала Дятлова. AR-реконструкция основных версий // РИА Новости. 2019. Март, 26. URL: <https://ria.ru/20190326/1552000052.html> (дата обращения: 17.02.2023).
31. Фотовыставка лауреатов конкурса Стенина с элементами дополненной реальности // РИА Новости. 2019. Сент., 10. URL: <https://ria.ru/20190910/1558521308.html> (дата обращения: 17.02.2023).
32. Чудо на кукурузном поле VR-расследование год спустя // РИА Новости. 2020. Авг., 14. URL: <https://ria.ru/20200814/1575700384.html> (дата обращения: 17.02.2023).
33. AR-история: путешествие в центр черной дыры. Внутри загадки космоса // РИА Новости. 2020. Янв., 28. URL: <https://ria.ru/20190128/1549708746.html> (дата обращения: 17.02.2023).
34. AR-проект «Солнечное затмение и исчезновение Луны» // РИА Новости. 2019. Июль, 12. URL: <https://ria.ru/20190712/1556361293.html> (дата обращения: 17.02.2023).
35. Facebook*¹ закрыл страницу «РТ на русском» // РИА Новости. 2023. Янв., 16. URL: <https://ria.ru/20230116/stranitsa-1845318960.html> (дата обращения: 17.02.2023).
36. Google заблокировал YouTube-каналы RT и Sputnik // Ведомости. 2022. Март, 1. URL: <https://www.vedomosti.ru/media/news/2022/03/01/911442-youtube-kanali-rt-sputnik> (дата обращения: 17.02.2023).
37. Google убрала приложения RT и Sputnik из магазина в Европе // РБК. 2022. Март, 2. URL: <https://www.rbc.ru/politics/02/03/2022/621f10ac9a79475594fe5ad7> (дата обращения: 17.02.2023).
38. RT внедряет панорамное видео в новости // RT на русском. 2016. Апр., 1. URL: <https://russian.rt.com/article/156615-rt-vnedryaet-panoramnoe-video-v-novosti> (дата обращения: 17.02.2023).

¹ Признана экстремистской организацией, запрещена на территории России

39. VR-музей исчезнувших картин: теперь вы сможете увидеть утраченные шедевры // РИА Новости. 2019. Окт., 25. URL: <https://ria.ru/20191025/1559657556.html> (дата обращения: 17.02.2023).
40. VR-проект «Слепые в большом городе» // РИА Новости. 2019. Янв., 30. URL: <https://ria.ru/20190130/1550092823.html> (дата обращения: 17.02.2023).
41. Admiral Kuznetsov 360: Spectacular panoramic views aboard Russian aircraft carrier operating off Syria // RT 360. URL: <https://www.facebook.com/360RT/videos/1320973207924120/> (дата обращения: 17.02.2023).
42. Aleppo: Scars of War (360 Video) // RT 360. URL: <https://www.facebook.com/360RT/videos/1349211148433659/> (дата обращения: 17.02.2023).
43. First time in the Universe: Spacewalk filmed in 360 // RT 360. URL: <https://www.facebook.com/360RT/videos/1649476458407125/> (дата обращения: 17.02.2023).
44. Google Europe, 2022. URL: https://twitter.com/googleeurope/status/1498572529409179648?cxt=HHwWgIC-2dLx_8spAAAA (дата обращения: 17.02.2023).
45. On Cosmonautics Day, RT360 takes you to space to witness sunrise and sunset as seen from the ISS // RT 360. URL: <https://www.facebook.com/360RT/videos/1845736618781107/> (дата обращения: 17.02.2023).
46. RT | 360 videos. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLPsz-yYHA9K0BbCV_1MnwhNRo5aea9GEN (дата обращения: 17.02.2023).
47. Space 360: View of Earth from Cupola module // RT 360. URL: <https://www.facebook.com/360RT/videos/1322762261078548/> (дата обращения: 17.02.2023).

References

1. Belenkova T.V. Sovremennyy jetap sushhestvovaniya immersivnoj zhurnalistiki i perspektivy ee razvitija [The current stage of existence of immersive journalism and the prospects for its development]. *Vek informatsii* [The Age of Information], 2018, no. 2-2, pp. 136-138.

2. Blagov Yu.V. Immersivnaja zhurnalistika v medireal'nosti [Immersive journalism in media reality]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva* [Bulletin of the Volga Tatishchev University], 2017, no. 3(2). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnaya-zhurnalistika-v-mediarealnosti> (accessed March 11, 2023).
3. Bobrova A.V. *Immersivnye tekhnologii v zhurnalistike: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya* [Immersive technologies in journalism: current state and development prospects]. Cheljabinsk: SUSU, 2019. URL: https://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/0001.74/29612/2019_216_bobrovaav.pdf?sequence=1&isAllowed=y (accessed March 11, 2023).
4. V chem vinovny lidery Tret'ego rejha? Unikal'noe VR-rassledovanie prestuplenij podsudimyh Nyurnbergskogo processa [What were the leaders of the Third Reich guilty of? A unique VR investigation into the crimes of the Nuremberg Trials' defendants]. *RIA Novosti*, 2021. URL: <https://ria.ru/20211012/nyurnberg-1753992957.html> (accessed February 17, 2023).
5. Valerka vstrechaet Gagarina. VR-istoriya, sluchivshayasya v Moskve vesnoj 61-go [Valerka meets Gagarin. A VR story that happened in Moscow in the spring of '61]. *RIA Novosti*, 2019. URL: <https://ria.ru/20190412/1552414883.html> (accessed February 17, 2023).
6. Video 360. RT na russkom // YouTube. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLJuzsrVaWjZbAVXKZ_0iz5HuPXjX_SL5 (accessed February 17, 2023).
7. Vnutri lesnogo pozhara. Katastrofa v dopolnennoj real'nosti [Inside a forest fire. Disaster in augmented reality]. *RIA Novosti*, 2019. URL: <https://ria.ru/20191218/1562503708.html> (accessed February 17, 2023).
8. Gavrilov A.A. Mediareal'nost' kak tip virtual'noĭ real'nosti [Media reality as a type of virtual reality]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki* [Historical, Philosophical, Political and Legal Sciences, Cultural Studies and Art Criticism. Questions of Theory and Practice], 2013, no. 11 (37), pp. 45-47. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-292X_2013_11-1_07.pdf (accessed March 11, 2023).

9. Glyadya v past'. Iznanka dressirovki hishchnikov v reportazhe 360 [Looking into the muzzle: The ins and outs of predator training in the 360 report]. *RIA Novosti*, 2020. URL: <https://ria.ru/20200520/1571490627.html> (accessed February 17, 2023).
10. Zhizn' i smert' na arene: VR-reportazh ob opasnoj rabote cirkovyh artistov [Life and death in the arena: a VR report on the dangerous work of circus performers] *RIA Novosti*, 2020. URL: <https://ria.ru/20201223/akrobaty-1590546902.html> (accessed February 17, 2023).
11. Zamkov A.V. O virtual'nom rasshirenii mediareal'nosti [On the virtual expansion of media reality]. *Mediaskop* [Mediascope], 2017, Vyp. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2351> (accessed March 11, 2023).
12. Zamkov A.V. Immersivnaja zhurnalistika: podhody k teorii i problemam obrazovaniya [Immersive journalism: approaches to the theory and problems of education]. *Sovremennye informatsionnye tekhnologii i IT-obrazovanie* [Modern Information Technologies and IT Education], 2017, no. 1(13), pp. 166-172. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnaya-zhurnalistika-podhody-k-teorii-i-problemam-obrazovaniya> (accessed March 11, 2023).
13. Interv'yu avtora s zamestitelem glavnogo redaktora MIA «Rossiya segodnya». [Author's interview with the deputy editor-in-chief of the Rossiya Segodnya news agency], 2022, May.
14. Kak na pozhar! Istoriya i evolyuciya sposobov bor'by s ognem [Like to a fire! History and evolution of firefighting techniques]. *RIA Novosti*, 2020. URL: <https://ria.ru/20201022/spetstekhnika-1580928795.html> (accessed February 17, 2023).
15. Kak eto ustroeno: atomnyj ledokol "Arktika". AR-rekonstrukciya [How it works: the nuclear-powered icebreaker Arktika. AR reconstruction]. *RIA Novosti*, 2020. URL: <https://ria.ru/20200210/1564361815.html> (accessed February 17, 2023).
16. Kto tvoj Ded Moroz?! Pojmaj svoego i uznaj, chto budet [Who's your Father Christmas?! Catch yours and find out what happens]. *RIA Novosti*, 2018. URL: <https://ria.ru/20181220/1548086735.html> (accessed February 17, 2023).
17. Larin M.S. Modelirovanie dopolnennoj real'nosti [Augmented reality simulation]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Priborostroe-*

- nie* [News of higher educational institutions. Instrumentation], 2010, no. 2(53), pp. 52-56. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-dopolnennoy-realnosti> (accessed March 11, 2023).
18. Lunnaya stanciya 2038 goda. Prognoz-rekonstrukciya v virtual'noj real'nosti [Moon base 2038. Forecast-reconstruction in virtual reality]. *RIA Novosti*, 2019. URL: <https://ria.ru/20190830/1558027531.html> (accessed February 17, 2023).
19. Mekhanika autizma Pochemu oni tak reagiruyut? VR-istoriya o tom, kak «iznutri» ustroen mir cheloveka s autizmom [The mechanics of autism Why do they react this way? A VR story about how the world of a person with autism works 'from the inside']. *RIA Novosti*, 2018. URL: <https://ria.ru/20181108/1532191512.html> (accessed February 17, 2023).
20. Mukhamadieva K.B. Dopolnennaja i virtual'naja real'nost' v obrazovanii [Augmented and virtual reality in education]. *Obrazovanie i problemy razvitiya obshchestva* [Education and the Problems of Society Development], 2021, no. 1 (14), pp. 68-75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dopolnennaya-i-virtualnaya-realnost-v-obrazovanii> (accessed March 11, 2023).
21. Neizvestnyj znamenosec VR-rekonstrukciya [Unknown flag bearer VR reconstruction]. *RIA Novosti*, 2020. URL: <https://ria.ru/20200407/1569234255.html> (accessed February 17, 2023).
22. Novikova A.A., Kiriya I.V. Jestetika immersivnosti: osobennosti tvorcheskoj dejatel'nosti zhurnalista v mul'timedijnyh i transmedijnyh proektah [Aesthetics of immersiveness: features of the creative activity of a journalist in multimedia and transmedia projects]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura* [Bulletin of St. Petersburg University. Language and Literature], 2018, vol. 15(2), pp. 276-288. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/estetika-immersivnosti-osobennosti-tvorcheskoj-deyatelnosti-zhurnalista-v-multimedijnyh-i-transmedijnyh-proektah/viewer> (accessed March 11, 2023).
23. Osipovskaya E.A. Tehnologii virtual'noj real'nosti kak novyj instrument zhurnalistiki [Virtual reality technologies as a new tool for journalism]. *Vestnik NGU. Seriya: Istorija, filologiya* [Bulletin of the NSU. Series: History, Philology], 2018, no. 6(17), pp. 78-81. <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2018-17-6-78-83>

24. RIA Novosti i “Drugoe Delo” zapustili AR-proekt o sbore musora [RIA Novosti and Drugoi Delo launch an AR project on waste collection]. RIA Novosti, 2022. URL: <https://ria.ru/20220628/proekt-1798662385.html> (accessed February 17, 2023).
25. “Rossiya segodnya” predstavilo fotografii o zhizni taezhnoj otshel’nicy [“Rossiya Segodnya” presented photos of the life of a hermit in the taida]. *RIA Novosti*, 2019. URL: <https://ria.ru/20190118/1549579366.html> (accessed February 17, 2023).
26. Sidunova M.K. Tochki rosta immersivnoj zhurnalistiki v Rossii [Points of growth of immersive journalism in Russia]. *Mediasreda* [Media Environment], 2020, no. 17, pp. 53-57. <https://doi.org/10.24411/2070-0717-2020-10112>
27. Sinestety. Oni chuvstvuyut inache. Oni sredi nas [Synesthetes. They feel differently. They are among us]. *RIA Novosti*, 2018. URL: <https://ria.ru/20181115/1532746362.html> (accessed February 17, 2023).
28. Sputnik-musorshchik: kak, zachem i ot chego budut ochishchat’ orbitu. AR-igra [Rubbish collecting satellite: how, why and what will be cleared from orbit. AR game]. *RIA Novosti*, 2021. URL: <https://ria.ru/20210224/kosmosor-1598743936.html> (accessed February 17, 2023).
29. Sukhodolov A.P., Timofeev S.V. SMI i virtual’naja real’nost’: novye vozmozhnosti i perspektivy [Media and virtual reality: new opportunities and perspectives]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of Theory and Practice of Journalism], 2018, no. 4(7), pp. 567-580. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2018.7\(4\).567-580](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2018.7(4).567-580)
30. Tajna perevala Dyatlova. AR–rekonstrukciya osnovnyh versij [The mystery of Dyatlov Pass. AR reconstruction of the main versions]. *RIA Novosti*, 2019. URL: <https://ria.ru/20190326/1552000052.html> (accessed February 17, 2023).
31. Fotovystavka laureatov konkursa Stenina s elementami dopolnennoj real’nosti [Stenin photo exhibition with augmented reality elements]. *RIA Novosti*, 2019. URL: <https://ria.ru/20190910/1558521308.html> (accessed February 17, 2023).
32. Chudo na kukuruznom pole VR-rassledovanie god spustya [A miracle in a cornfield VR investigation a year later]. *RIA Novosti*, 2020. URL: <https://ria.ru/20200814/1575700384.html> (accessed February 17, 2023).

33. AR-istoriya: puteshestvie v centr chernoj dyry. Vnutri zagadki kosmosa [AR story: a journey to the centre of a black hole. Inside the mysteries of space]. *RIA Novosti*, 2020. URL: <https://ria.ru/20190128/1549708746.html> (accessed February 17, 2023).
34. AR-proekt “Solnechnoe zatmenie i ischeznovenie Luny” [AR project ‘Solar eclipse and disappearance of the moon’]. *RIA Novosti*, 2019. URL: <https://ria.ru/20190712/1556361293.html> (accessed February 17, 2023).
35. Facebook^{1*} zakryl stranicu “RT na russkom” [Facebook* has shut down RT in Russian]. *RIA Novosti*, 2023. URL: <https://ria.ru/20230116/stranitsa-1845318960.html> (accessed February 17, 2023).
36. Google zablokiroval YouTube-kanaly RT i Sputnik [Google blocks RT and Sputnik’s YouTube channels]. *Vedomosti*, 2022. URL: <https://www.vedomosti.ru/media/news/2022/03/01/911442-youtube-kanali-rt-sputnik> (accessed February 17, 2023).
37. Google ubrala prilozheniya RT i Sputnik iz magazina v Evrope [Google removes RT and Sputnik apps from the shop in Europe]. *RBK*, 2022. URL: <https://www.rbc.ru/politics/02/03/2022/621f10ac9a-79475594fe5ad7> (accessed February 17, 2023).
38. RT vnedryaet panoramnoe video v novosti [RT introduces panoramic video in the news]. *RT na russkom*, 2016. URL: <https://russian.rt.com/article/156615-rt-vnedryaet-panoramnoe-video-v-novosti> (accessed February 17, 2023).
39. VR-muzej ischeznuvshih kartin: teper’ vy smozhete uvidet’ utrachennye shedevry [VR museum of disappeared paintings: now you can see lost masterpieces]. *RIA Novosti*, 2019. URL: <https://ria.ru/20191025/1559657556.html> (accessed February 17, 2023).
40. VR-proekt “Slepye v bol’shom gorode” [VR project ‘Blind People in the City’]. *RIA Novosti*, 2019. URL: <https://ria.ru/20190130/1550092823.html> (accessed February 17, 2023).
41. Admiral Kuznetsov 360: Spectacular panoramic views aboard Russian aircraft carrier operating off Syria. *RT 360*. URL: <https://www.facebook.com/360RT/videos/1320973207924120/> (accessed February 17, 2023).

^{1*} Признана экстремистской организацией, запрещена на территории России

42. Aleppo: Scars of War (360 Video). *RT 360*. URL: <https://www.facebook.com/360RT/videos/1349211148433659/> (accessed February 17, 2023).
43. First time in the Universe: Spacewalk filmed in 360. *RT 360*. URL: <https://www.facebook.com/360RT/videos/1649476458407125/> (accessed February 17, 2023).
44. Google Europe, 2022. URL: https://twitter.com/googleeurope/status/1498572529409179648?cxt=HHwWgIC-2dLx_8spAAAA (accessed February 17, 2023).
45. On Cosmonautics Day, RT360 takes you to space to witness sunrise and sunset as seen from the ISS. *RT 360*. URL: <https://www.facebook.com/360RT/videos/1845736618781107/> (accessed February 17, 2023).
46. RT | 360 videos. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLPszыgYHA9K0BbCV_1MnwHNRo5aea9GEN (accessed February 17, 2023) (blocked).
47. Space 360: View of Earth from Cupola module. *RT 360*. URL: <https://www.facebook.com/360RT/videos/1322762261078548/> (accessed February 17, 2023).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Гаврилова Анна Александровна, магистрант

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета

1-я линия В.О., 26, г. Санкт-Петербург, 199004, Российская Федерация

anyagavrilova1612@gmail.com

Яковлева Марина Геннадьевна, доцент кафедры социально-гуманитарных наук, кандидат философских наук, доцент
Набережночелнинский институт Казанского федерального университета

проспект Мира, 68/19, г. Набережные Челны, Республика Татарстан, 423812, Российская Федерация

marrayk@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Anna A. Gavrilova, Master's student

*Institute "Higher School of Journalism and Mass Communications" of St. Petersburg State University
1st Line V.O., 26, St. Petersburg, 199004, Russian Federation
anyagavrilova1612@gmail.com*

Marina G. Yakovleva, Associate Professor of the Department of Social and Humanitarian Sciences, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor

*Naberezhnye Chelny Institute of Kazan Federal University
68/19, Prospekt Mira, Naberezhnye Chelny, Republic of Tatarstan, 423812, Russian Federation
marrayk@yandex.ru
SPIN-code: 6932-5457
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8801-9747>
ResearcherID: O-6303-2015*

Поступила 12.04.2023
После рецензирования 05.05.2023
Принята 15.05.2023

Received 12.04.2023
Revised 05.05.2023
Accepted 15.05.2023