

# ЖУРНАЛИСТИКА

## ПРИЛОЖЕНИЯ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ КАК ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ ФАКТОР РЕКРЕАТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Л.Г. Вихорева

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова  
*ул. Моховая, 9, Москва, Россия, 125009*

В статье рассматриваются особенности дигитализированной журналистики, специализированных приложений для смартфонов и планшетов, которые дают возможность пользователям принимать активное участие в создании новостного повода, обсуждении вопросов и проблем, возникающих в медиапространстве рекреативной журналистики. Исследуются современные технологии создания приложений и медиатекстов рекреативной направленности, используемые журналистами и аудиторией для передачи тематической информации. Впервые характеризуется роль приложений дополненной реальности в формировании общественного диалога, который направлен на углубление взаимопонимания между журналистом и читателями и воплощение коммуникативных функций рекреативной журналистики. В работе рассматриваются факторы успешного функционирования данных приложений. Исследование вносит определенный вклад в развитие инновационных технологий.

**Ключевые слова:** рекреативная журналистика, приложения дополненной реальности, медиапространство, дигитализация, конвергенция, трансформация медийных ландшафтов, инновации

### Введение

Рассматриваемая типологическая группа — рекреативная журналистика — интересна тем, что она включает как познавательные, так и развлекательные аспекты. Разнообразие тем и жанров сложилось исторически: издатели рекреативной периодики проводят ежегодные исследования на предмет того, каким хотят видеть читатели онлайн-журнал. Результат исследований показывает, что читатели разделяются во мнениях, следовательно, выгодным решением становится разнообразие контента журналов, их постепенное адаптированное к различным аудиторным группам, «перенесения» в электронный формат с возможностью использования современных приложений.

В настоящее время приложения дополненной реальности, которыми пользуется часть читателей онлайн-изданий, заслуживает внимания не только потребителей познавательной информации, но и просто сторонников здорового об-

раза жизни, людей деятельных, активных, следовательно, можно говорить об актуальности исследования рекреативных онлайн-приложений среди нескольких аудиторных групп.

### **Приложения дополненной реальности как вспомогательный фактор рекреативной журналистики**

Цифровые технологии сохраняют и развивают информационный потенциал общества в условиях нового цивилизационного этапа, где доминируют конвергенция и дигитализация. Таким образом, рекреативная журналистика представляет новые формы повествования, в которые вовлекаются не только журналисты, но и активные граждане. Значение цифровых технологий, новых форм повествования проявляется в их способности взаимодействовать с гражданским населением, уходя от традиционных способов подачи информации.

Есть несколько существенных последствий технологических изменений, из-за которых происходит так называемая трансформация медийных ландшафтов. Технологические изменения влияют на рекреативную журналистику и средства массовой информации, по крайней мере, в четырех основных направлениях. Во-первых, они меняют процесс журналистской работы, которая включает в себя производство новостей. Эти изменения или технологические трансформации имеют потенциал для повышения производительности, эффективности, а также простоте доступа к информации.

Во-вторых, технологические изменения преобразуют новости и средства массовой информации, наделяя их онлайн-изображениями с мест событий, видеороликами и т.д.

В-третьих, отношения между СМИ и их аудиторией определяются тем, что читатели переходят из статуса пассивных приемников в статус активных производителей новостей.

В-четвертых, в результате это преобразование может улучшить отношения среди журналистов, новостных организаций, а также общественности путем повышения взаимодействия между гражданами и журналистами.

Динамичному развитию рекреативной журналистики способствует в первую очередь быстрое развитие высоких технологий. В результате процесса конвергенции в мире происходит радикальное изменение структуры средств массовой информации: появляются новые виды источников информации: приложения для обмена фотографиями и видеозаписями, позволяющие снимать фотографии и видео.

Другая сторона процесса технологических изменений состоит в том, что во многом эти изменения привели к снижению роли и влияния традиционных средств массовой информации в обществе. Это особенно касается газет, которые были заменены на цифровые источники или онлайн-версии на персональных компьютерах, планшетах, мобильных телефонах и смартфонах. Как следствие, расширенный процесс коммуникации с помощью новомодных гаджетов помогает людям, где бы они ни находились, получать новости и делиться ими.

Процесс конвергенции резко трансформировал содержание журналистской продукции: текстов, блогов, дневников и т.д. Это связано с понятием виртуальной

реальности, которая усиливает взаимодействие пользователя с новостными событиями и журналистами, работающими онлайн. Процесс конвергенции позволяет читателю проверить свои силы в качестве журналиста, прислать свой материал, комментарий, фото и другую журналистскую продукцию в режиме онлайн, получить оценку со стороны других пользователей.

Понятие «дополненная реальность» означает возможность пользователя видеть и слышать окружающий мир, но с дополнительными картинками, видео и звуками, которые также могут быть подкреплены геолокацией — местоположением источника информации, будь то читатель, который делится новостью, или профессиональный журналист.

Правильная подача материала в рекреативной журналистике — также одна из неотъемлемых составляющих в процессе удовлетворения потребности массовой аудитории в текущей публицистической информации, несущей в себе соответствующие знаниевые ресурсы. Журналисты в эпоху конвергенции и дигитализации ответственны также за оптимизацию всего потока информации, в том числе научной и мировоззренческой, проходящей по каналам массмедиа.

Благодаря достижениям конвергентных медиа у изданий появляется больше возможностей, с помощью которых аудитория получает не только необходимую информацию, но и коммуницирует. В конце 90-х годов прошлого века Джон Павлик, медиаэксперт Университета Колумбии предположил, что новейшие технологические разработки, в том числе «hands-free» интерфейс, наиболее удобны для взаимодействия с компьютером и, как следствие, с информацией в сети Интернет [4].

Важный шаг в конвергентной журналистике — использование в качестве входных данных не только фотографий, но и видео. У видео в качестве входных данных (VAI) есть потенциал с помощью сетевых приложений обучать и проводить исследования за счет взаимодействия с пользователем; в ходе исследования будут определяться интересы аудитории и особенности информационного потока.

Диффузия инноваций — следующая важная часть функционирования мобильных приложений на современном этапе. Диффузия инноваций — это теория, которая стремится объяснить: как, почему и с какой скоростью новые идеи и технологии распространяются через разные культуры. Данная теория была популяризована американским социологом Э. Роджерсом благодаря выпущенной им книге «Диффузия инноваций».

Роджерс определяет диффузию как процесс, посредством которого инновация (например, новые идеи, процессы или товары) в течение времени передаются через определенные каналы среди членов социальных систем. Его исследование выделяет пять аспектов адаптации к инновациям, среди которых знания, убедительность, решимость, реализация (или осуществление) и ратификация (или подтверждение) [3].

Вначале о новшестве должно узнать (чаще всего из средств массовой информации) достаточно большое число людей. Потом его берет на вооружение очень маленькая группа инноваторов, которые более мобильны, имеют контакты за пределами своего круга, легко воспринимают абстрактные идеи и готовы риско-

вать. За ними следуют ранние адепты, в основном уважаемые люди, лидеры мнения, которые, посчитав новинку полезной, убеждают попробовать ее тех, кто прислушивается к их словам. С включением этого раннего большинства степень принятия новшества выходит на среднестатистическую отметку. Потом новую идею или товар признает позднее большинство. И, наконец, к новшеству меняет свое отношение группа отстающих, или поздние адепты, с подозрением относящихся ко всему новому, часто испытывающих недостаток средств. Считается, что инновация признана обществом, если ее принимают даже меньше четверти населения.

Ключевые элементы в исследовании диффузии — инновация, коммуникационные каналы, время, социальная система.

В теории диффузии отчетливо видны достоинства и недостатки теории среднего уровня. Она позволяет удачно объединить огромный объем эмпирических данных, облегчает работу исследователю, но, как и теория информационного потока, построена вокруг источника, т.е. рассматривает процесс коммуникации с точки зрения элиты, которая принимает решение внедрить данную новацию. Эта теория «подправляет» теорию информационного потока за счет расширения числа участников процесса и улучшения качества стратегий преодоления барьеров на пути чего-то нового. Согласно этой концепции роль медиа сводится к минимуму: они лишь информируют о новшествах.

Повествуя об особенностях теории диффузии, нельзя не упомянуть Augasma — приложение дополненной реальности, которое изменяет способ взаимодействия с окружающим миром.

Пользователям обновленного приложения предлагаются новые мультимедийные возможности: видео- и фоторепортажи онлайн непосредственно с места события, а также интерактивные сервисы, например, возможность поместить свою картинку, карикатуру, отзыв и т.д. и оценить работу читателей и журналистов.

Принцип работы Augasma схож с повсеместно используемой технологией распознавания QR-кодов. Приложение использует камеру телефона, GPS, Bluetooth, Wi-Fi, акселерометр и гороскоп для идентификации различных объектов из окружающего пространства. В дальнейшем эти объекты транслируются на экране устройства с наложенным поверх видео, картинками, фотографиями или другими файлами.

Можно сказать несколько слов в пользу инновационных технологий, которые позволяют рекреативной журналистике совершенствоваться и обретать новую публику, более современную и эрудированную. Благодаря возможностям конвергентной журналистики происходит сближение с аудиторией. Помимо пользы для читателей, конвергированные медиа помогают журналистам понять и сформировать мнение об аудитории журнала, об их предпочтениях, интересах, а также получить оценку своей работы.

Как аудитория электронной версии издания, так и читатели печатной версии становятся активными участниками процесса сбора журналистского материала. Потребитель сам заботится о создании новых, интересных, востребованных в настоящее время материалов, тщательно подбирая не только информацию, но и

визуальный ряд. Исследователи новейших технологий сходятся во мнении, что изобретение Стивом Джобсом iPhone и iPad — это пример «блестящей инновации».

Развитие технологий неразрывно связывают с журналистикой авторы Джон Павлик и Франк Бриджс. Жанр рекреативной журналистики с учетом мобильных требований предполагает наличие специализированных онлайн приложений.

Журналист в интернет-пространстве сам может выступать в роли путешественника-любителя, поскольку для материала в приложении дополненной реальности не требуется владения сложными синтаксическими конструкциями, нужно руководствоваться знаниями культуры, традиций, этики исследуемой и описываемой страны.

Компании одна за одной выпускают приложения, которые сообщают подробную и точную информацию о достопримечательностях России, европейских и азиатских стран в зависимости от местонахождения путешественника. К примеру, человек неспешно прогуливается по Риму, и, останавливаясь около Фонтана Треви, незамедлительно получает информацию о нем. Турист, несмотря на то, что пользуется мобильным приложением, остается свободен в выборе маршрута осмотра достопримечательностей, потому что «электронный помощник» не навязывает ему свою программу, а лишь помогает в приобретении новых знаний.

Следующей инновацией в сфере журналистики (и не только) авторы называют разработку QR-кода (Quick response code), представленного японской компанией «Denso-Wave» в начале 90 годов прошлого века. Код может быть сканируемым смартфоном и другими мобильными устройствами, на которых установлено данное приложение. Наибольшее признание он получил среди пользователей мобильной связи — установив программу-распознаватель, абонент может моментально заносить в свой телефон текстовую информацию, добавлять контакты в адресную книгу, переходить по web-ссылкам, отправлять SMS-сообщения.

QR-коды размещаются на туристических объектах. Это позволяет индивидуальному туристу легко ориентироваться в городе.

Дэвид Грейнджер, бывший редактор журнала «Esquire», говоря о термине «дополненная реальность», добавляет, что зарегистрировано 70 000 скачиваний приложений, которые позволяют видеть 3D-изображения, видео, прослушивать информацию и т.д. Мобильные устройства и AR (дополненная реальность) — это хорошая возможность для редакции заниматься эксклюзивными проектами, удовлетворяя информационные потребности многочисленной публики. Грейнджер говорит, что его журналисты пытаются воспользоваться преимуществами медиа и усилить развлекательный аспект издания [4].

Видео «дополненной реальности» все чаще интересуют пользователей сети Интернет. Например, AR видео «Лего» производства компании Disney собрало более 250 000 просмотров. Специалисты утверждают, что пока мобильные технологии и наряду с этим технические и технологические инновации востребованы, производители будут продолжать свою работу.

Однако идти в ногу со временем и ускорением технологических изменений, связанных с AR, будет серьезной проблемой для новостных организаций, поскольку здесь неуместна скорость подачи новостного материала. Их надеждой

остается выбор в пользу журналистов, которые умеют работать с различными девайсами и на различных платформах.

Приложения помогают журналистам внедрять инновации постепенно, донося до пользователей «порционную» информацию, не перегружая свой текст или видео-выступления научными терминами.

Количественный показатель использования журналистами приложений AR возрастает с течением времени. Все преимущества владения приложениями дают журналистам новые методы представления мира и новые способы помощи гражданам лучше понять изменения в реальной и виртуальной сфере. Аудитории теперь проще воспринимать источник информации, поскольку она теперь его и «видит», и «слышит», и в некоторых случаях «осязает».

Именно включение инноваций в систему СМИ призвано помогать обществу наблюдать за происходящим, за развитием условий жизни общества, формировать общественное мнение и настроение, познавать все новое и интересное, делиться этой информацией.

Еще один интересный момент — описание Wikitude World Browser, который отображает информацию в реальном времени в формате дополненной реальности, при этом пользователь может сам добавить дополнительные компоненты виртуальной реальности через загрузку разных типов файлов с таких ресурсов как Wikipedia, YouTube, Twitter, Flickr. Также пользователь может находить интересные его специфические места. Таким образом, получается, что приложения «дополненной реальности» доступны в любой области и сфере: чтении, видеоматериалах, фотографиях, архитектуре, искусстве, окружающей среде, истории, природоведении, недвижимости, транспорте, путешествии и многих других.

Польза для журналистов от Wikitude World Browser заключается в передаче более «красочных» новостей в зависимости от местонахождения и вовлечении в процесс их передачи современных девайсов, что является более удобным и быстрым способом информирования населения.

Итак, журналистика «дополненной реальности» за пределами простого повествования является интерактивной (взаимодействие с аудиторией), включает геосинхронизированные фотографии (снимки с определенной геолокацией), также использует QR-коды для более точного ориентирования на местности туриста и любого другого пользователя и наконец конвергентной (соединяет информационные и коммуникативные технологии в единый информационный ресурс).

Все приложения, описанные в статье, доступны для смартфонов и планшетов нового поколения, просты в использовании как для журналистов, так и для читателей. Дигитализация и конвергенция — это те процессы, которые трансформировали журналистику и медиа. Но на этом не заканчивается эра современных СМИ.

Развивающиеся направления в использовании на мобильных девайсах приложений «дополненной реальности» включают распознавание объектов по геолокации (как в Instagram или Facebook) и — самое интересное — считывание не только QR-кодов, но и водяных знаков (например, для защиты от подделки).

Немаловажным является тот факт, что, несмотря на использование современных гаджетов, множество удобных приложений, без доверия аудитории нет будущего у СМИ. Есть приложения, которым доверяет аудитория. Среди таковых — Augasma. Достаточно представить, что кто-то посещает страну или город в первый раз, а смартфон или планшет с данным приложением выводит на экран геолокацию, местные новости, криминальную хронику, недавние дорожно-транспортные происшествия. Безусловно, все это занимает пользователя, поскольку является неопровержимой и востребованной в данный момент информацией, которая легко проверяется.

Средства массовой информации и культурные организации видят потенциал использования приложений «дополненной реальности». Пользователи получают удаленный доступ через Google Earth к виртуальным культурным объектам по всей стране и в мире.

Кроме реальных путешествий, приложения предлагают и виртуальные: визуальная прогулка по маленькой деревушке в Ботсване в то время, как в реальной жизни вы находитесь в гостинице, используя приложение. Помимо развлекательного аспекта, здесь присутствует и когнитивный, и аксиологический аспекты, что помогает не только пользователям, но и исследователям и культурным организациям, ответственным за просвещение людей по всему миру.

Подводя итоги всех процессов, можно сказать, что инновационные возможности, движимые конвергенцией мобильных медиа и улучшением приложений AR («дополненной реальности»), стремительно развиваются и пользуются спросом, а молодое поколение пользователей становится более медиаграмотным.

Потенциал обеспечить более контекстуализированное содержание новостей и служить посредником, привлекая граждан для участия в демократическом дискурсе, является похвальной целью.

Является ли использование новой технологии, такой как «дополненная реальность», достижением этой цели, может зависеть от человеческого фактора (умение внедрить, объяснить, понять), а также от экономических факторов. Тем не менее журналисты в настоящее время используют приложения «дополненной реальности», чтобы создать новую форму журналистики, которая является важной составляющей современного общества.

### **Заключение**

Перед рекреативной журналистикой стоит задача наладить процесс обмена научной и познавательной информацией, повлиять на предпочтения, возможно, интересы личности.

Диалог в рекреативной журналистике — это общение и форма постоянного взаимодействия между представителями важнейших сфер социальной деятельности — науки, искусства, управления, образования, воспитания. Исследователь Я. Борм отметил, что культуры мира взаимодействуют, благодаря гибридности науки антропологии и современной журналистики [1]. Его поддержал Дж. Клиффорд, который заключил, что «два этих гибридных жанра сходятся во многом и различия между ними наблюдаются лишь в преобладании определенных элемен-

тов или наборов компонентов по сравнению с прочими» [2]. Современная дигитализированная журналистика, в свою очередь, многоаспектна, многообразна и популярна среди нескольких аудиторных групп, поскольку именно в рекреативную журналистику внесен вклад крупнейших разработчиков приложений дополненной реальности.

### ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Borm Jan*. In-betweeners? On the travel book and ethnographies. *Studies in travel writing*. 2000. Vol. 4. Pp. 68—105.
- [2] *Clifford James*. On ethnographic authority. *Representations*. 1983. No. 2. Pp. 118—146.
- [3] *Clifford James*. *Routes*. Travel and translation in the late twentieth century. Cambridge i London: Harvard University Press, 1997. 349 p.
- [4] *Clifford James*. The predicament of culture. Twentieth-century ethnography, literature, and art. Cambridge, London: Harvard University Press, 1988. 398 p.

## AUGMENTED REALITY APPS AS AN ACCESSORY FACTOR OF RECREATIVE JOURNALISM

**L.G. Vikhoreva**

Lomonosov Moscow State University  
*Mokhovaya str., 9, Moscow, Russia, 125009*

The article discusses the features of digital journalism, specialized applications for smartphones and tablets, which allow users to actively participate in the news creation, to discuss issues and problems that arise in recreative journalism. The article investigates the latest technologies of building applications and media texts recreative orientation, used by journalists and the audience for the transmission of related information. In the article for the first time characterized the role of augmented reality applications in the formation of social dialogue, which is aimed at deepening mutual understanding between journalists and readers and implementing recreational communicative functions of journalism. This article discusses the factors of successful functioning of these applications. The study will help a number of scientists to contribute to the development of innovative technologies.

**Key words:** recreative journalism, applications of augmented reality, the media, digitalization, convergence, transformation of the media landscape, innovation

### REFERENCES

- [1] *Borm Jan*. In-betweeners? On the travel book and ethnographies. *Studies in travel writing*. 2000. Vol. 4. Pp. 68—105.
- [2] *Clifford James*. On ethnographic authority. *Representations*. 1983. No. 2. Pp. 118—146.
- [3] *Clifford James*. *Routes*. Travel and translation in the late twentieth century. Cambridge i London: Harvard University Press, 1997. 349 p.
- [4] *Clifford James*. The predicament of culture. Twentieth-century ethnography, literature, and art. Cambridge, London: Harvard University Press, 1988. 398 p.