

<https://doi.org/10.5281/zenodo.6873518>

УДК 070

Чередниченко Л. В., Черных А. В.

Чередниченко Людмила Викторовна, к. филол. н., доцент, Тихоокеанский государственный университет, Россия, 680030, г. Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 136. E-mail: chchenko@mail.ru.
Черных Анастасия Владимировна, Тихоокеанский государственный университет, Россия, 680030, г. Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 136. E-mail: anastasiachernych2404@mail.ru.

Иммерсивная журналистика: понятие и функции

Аннотация. В статье рассматриваются особенности иммерсивной журналистики, которая в последнее время вызывает все больший интерес в научных кругах, выявляются подходы к определению границ ее понятия, обозначается функциональное значение и основные особенности, природа журналистики погружения и перспективы ее развития. Иммерсивная журналистика рассматривается как выражение изменений, происходящих в современном медиапространстве, в характере взаимодействия аудитории с массовой информацией. Авторы также обращают внимание на нарративный потенциал иммерсивной журналистики и намечают направления дальнейшего изучения этой новой формы предъявления журналистской информации. Исследование проводилось на основании обзора, обобщения и анализа данных научной литературы на английском и русском языках, опубликованных в 2017–2021 гг.

Ключевые слова: иммерсивность, иммерсивная журналистика, журналистика погружения, виртуальная реальность, эстетика иммерсивности, эффект погружения, иммерсивные технологии.

Cherednichenko L. V., Chernykh A. V.

Cherednichenko Lyudmila Viktorovna, Candidate of Philology PhD, Associate Professor, Pacific State University, Russia, 680030, Khabarovsk, st. Pacific, 136. E-mail: chchenko@mail.ru.

Chernykh Anastasia Vladimirovna, Pacific State University, Russia, 680030, Khabarovsk, st. Pacific, 136. E-mail: anastasiachernych2404@mail.ru.

Immersive journalism: concept and functions

Abstract. The article discusses the features of immersive journalism, which has recently attracted increasing interest in the scientific community. The article presents the ways to defining the boundaries of this concept, identifies the functional meaning and main features, the nature of immersive journalism and the prospects for its development. Immersive journalism is considered to be an expression of the changes taking place in the modern media space, in the interaction of the audience with the mass media. The authors also draw attention to the narrative potential of immersive journalism and outline directions for further study of this new form of presentation of journalistic information. The study was conducted on the basis of a review, synthesis and analysis of scientific data in English and Russian published in 2017–2021.

Key words: immersiveness, immersive journalism, immersive journalism, virtual reality, immersive aesthetics, immersive effect, immersive technologies.

Последнее десятилетие современной журналистики отмечено ростом популярности иммерсивных проектов, в которых журналистская информация представлена с документальной точ-

ностью, а пользователь становится частью истории, участником событий, получает возможность непосредственно пережить и прочувствовать происходящее. Такая форма позволяет создать эффект присутствия,

погрузить аудиторию в материал, вызвать эмоциональный отклик, сделать события более доступными для понимания и оказать более сильное воздействие на адресата, чем традиционно построенная журналистская публикация.

После презентации в 2012 году первого иммерсивного репортажа Нонни де ла Пенья крупные медиакомпании стали экспериментировать с возможностями иммерсивных технологий, произведения с их использованием появились в практике «The New York Times», «The Guardian», «Le Monde», «Des Moines Register», «Аль-Джазира» и других СМИ. Начались разработки мобильных приложений для просмотра материалов в формате дополненной или виртуальной реальности. В 2015 году появилось мобильное VR-приложение у «The New York Times», в 2016 – у «The Guardian», в 2017 – у «CNN», в 2018 – у «РИА Новости».

Сегодня на платформе «CNN» размещено сто семнадцать иммерсивных проектов, в «The New York Times» – пятьдесят, «The Guardian» – тринадцать. «РИА Новости» с 2018 года опубликовало на своей платформе «РИА.Lab», созданной в том же году, девятнадцать материалов в формате виртуальной и дополненной реальности. В феврале 2022 года информационное агентство анонсировало новый проект виртуальной реальности – игру о первой российской кругосветке «Первые в истории: кругосветное плавание Крузенштерна» [9].

Иммерсивная журналистика, или журналистика погружения стала объектом пристального внимания ученых с 2015 года. В настоящее время накоплен значительный объем исследований данного феномена, в то же время есть необходимость обобщения и систематизации имеющихся наблюдений в этой области. Высокий интерес медиаисследователей к названному явлению объясняется «не только появлением новых технологических возможностей, позволяющих воспроизводить цифровые образы разных событий с такой степенью точности и полноты, что они стано-

вятся мало отличимыми от оригиналов, но и необходимостью в полной мере использовать важнейший профессиональный журналистский прием передачи информации с помощью усиления эффекта присутствия» [4, с. 166].

В работах А.В. Замкова [3], М. А. Крашенинниковой, М.М. Лукиной, Н.А. Цынаревой [4; 5], Ю.В. Благова [1], А. П. Суходолова [17] и др. иммерсивность называется одной из важнейших тенденций развития журналистики. Можно выделить несколько подходов к определению данного явления. А.В. Замков, М.А. Крашенинникова, М.М. Лукина, Н.А. Цынарева понимают под иммерсивной журналистикой «технику подачи цифрового контента, которая извлекает преимущества для пользователя из элементов виртуального окружения» [4, с. 167]. Данный аспект предполагает более глубокое изучение технологий виртуальной реальности как основного инструмента создания иммерсивных журналистских текстов. По мнению А.А. Шаляпина, иммерсивная журналистика – это «новое, активно развивающееся направление журналистики, в котором с помощью технологий виртуальной реальности создается эффект присутствия в конкретном месте (точно воссоздаются объекты, люди, передаются звуки и ощущения), описываемом в новостных статьях, репортажах с места событий и документальных фильмах» [19, с. 48]. Некоторые исследователи говорят об иммерсивной журналистике как о новой форме коммуникации между создателем новостей и их потребителем [1; 7; 11; 13]. Иммерсивные технологии формируют новую информационно-коммуникационную среду, преобразуют опыт потребителя новостей из простого узнавания о событиях в их переживание [17, с. 575]. Н.Я. Макарова отмечает, что журналистика погружения «предлагает новое пространство, с помощью которого можно изучать отношения между потребителями СМИ и их представлениями о предметах, явлениях, освещаемых в медиа» [10, с. 65].

Документальный фильм в формате 360 градусов «Перемещенные лица» («The Displaced») – иммерсивный проект 2016 года от «The New York Times», погружающий в жизнь трех детей-беженцев из разных точек мира: 11-летнего мальчика из Украины по имени Олег, Хана – 12-летней сирийской девочки и 9-летнего Чуола из Южного Судана. Главные герои напрямую обращаются к зрителю, как бы смотрят ему в глаза и рассказывают свои истории о том, как они смогли адаптироваться к новым условиям и что им пришлось пережить во время войны. Фильм длится всего 11 минут и не требует от зрителя прямого участия, а предлагает слушать и наблюдать. Эффект иммерсии в данном проекте достигается за счет отсутствия «рамки», окна, через которое люди привыкли наблюдать за чужими историями – преграда между наблюдателем и историей исчезает: если персонаж смотрит в камеру, он уже заглядывает в глаза зрителю. Приглашая аудиторию стать непосредственными свидетелями ежедневной жизни этих троих детей, «The New York Times» решает важную задачу – вызывая чувство эмпатии, привлекает внимание к глобальной, общественно значимой проблеме, а именно – к миграционному кризису [25].

В иммерсивной форме предъявления информации заложен также нарративный потенциал, возможность создания «новых моделей нарратива» (нелинейной 3D-модели «виртуального нарратива»), «более полноценной медиареальности» [3, с. 166]. А.А. Шаляпин [19], А.В. Красавина [8], А.В. Замков [3] считают, что «переход к новой журналистике характеризуется изменением формы передачи информации в сторону большей нарративности повествования, включения субъективной позиции автора» [19, с. 49]. Иммерсивная журналистика также, как и другие формы журналистики, способна воспроизводить явления общественной жизни, выстраивая нарративы. Этот способ информационного моделирования социальной действительности позволяет привлечь и удержать внимание аудитории на протяжении всей истории,

вызвать у нее чувство сопричастности, эмпатии, более глубоко погрузить в суть события или проблемы, передать значимые детали, и таким образом донести основную мысль произведения.

Один из ярких примеров виртуального сторителлинга – иммерсивный проект РИА «Новости» «Нюрнберг. VRдикт народов», размещенный на платформе «РИА.Lab», это документальный детектив, созданный совместно с учеными-историками и актерами МХАТ имени Горького при поддержке Российского военно-исторического общества. Авторы проекта погружают аудиторию в события осени 1945 года, в обстоятельства Нюрнбергского процесса, предлагают пользователю пройти путь следствия, собрать улики на военных преступников и составить досье для обвинения. Постепенно из отдельных деталей, через взаимодействие с интерактивными элементами, выбор хода повествования складывается история каждого персонажа, восстанавливается последовательность событий, которые привели лидеров Третьего рейха на скамью подсудимых [2].

Специфика иммерсивности (эффекта погружения) состоит в том, что аудитория наблюдает ситуацию не внешне, как, например, при просмотре телепрограмм, а изнутри, как непосредственный участник или очевидец происходящего [7, с. 9], получая опыт от первого лица [16, 221]. Данный эффект достигается прежде всего использованием в процессе создания контента иммерсивных технологий: VR (виртуальной реальности), AR (дополненной реальности), MR (смешанной реальности) [4, с. 166]. Иммерсивная журналистика в рамках организованной VR-сцены и сопутствующего нарратива может дать зрителю «возможность исследовать время, пространство и причинность», «способствует лучшему пониманию представленных новостных событий, ощущению присутствия и связи с историей» [19, с. 53].

В практике российских и зарубежных СМИ преобладают проекты, созданные с использованием технологий виртуальной

реальности. В журналистских материалах она может быть представлена в формате видео, 3D-моделирования, интерактивной графики и в других формах, которые выходят за пределы стандартного восприятия реальности человеком [1; 7; 14; 15]. З. Уотсон в своем исследовании отмечает, что в настоящее время в СМИ создаются два типа контента VR: во-первых, это документальные фильмы в формате 360-градусов (от 5 до 15 минут), с высокими производственными показателями (время создания и финансовые затраты); во-вторых, это короткие 360-градусные видео (менее двух минут), предназначенные для распространения в социальных сетях, которые производятся относительно быстро и дешево [27].

При этом основным средством создания иммерсивности в зарубежных изданиях по-прежнему является съемка сферических видео на 360 градусов на различные темы, что обеспечивает аудитории ощущение присутствия: зритель самостоятельно выбирает, на что и под каким углом ему смотреть, исследует пространство и в некоторой степени становится свидетелем происходящего. Восприятие физических, эмоциональных ощущений других людей в разных историях помогает лучше понимать их действия и состояния, поэтому возникающая в процессе погружения своеобразная телесная «солидарность» – одна из фундаментальных основ эмпатии, к чему сегодня и стремится иммерсивная журналистика. Повествование зачастую передают в руки конкретного лица (герой истории, наблюдатель). Движение камеры во всех видеороликах имитирует движение головы, материалы основаны на широких и общих планах, что, возможно, объясняется желанием погрузить аудиторию в определенную среду, ситуацию.

Журналисты РИА «Новости» основным средством иммерсивности выбирают не съемку в формате 360 градусов, как большинство изданий, а технологии дополненной и виртуальной реальности, давая своей аудитории возможность с помощью камеры смартфона выводить трех-

мерные графические модели в реальное пространство или погружаться в полностью сконструированную компьютером виртуальную реальность. Так, из девятнадцати проектов, размещенных в приложении «РИА. Lab», только три материала представляют собой 360-градусные видео. Выбранный журналистами издания формат обеспечивает ощущение присутствия, дает возможность иначе взглянуть на сторителлинг, что является абсолютно новым опытом в отечественных медиа.

Существенными свойствами виртуальной реальности являются «погруженность» (охваченность органов чувств пользователя искусственно созданной средой) и «интерактивность» (наличие обратной связи, реакции, отклика среды на воздействии субъекта) [15, с. 571], позволяющие выстраивать взаимодействие человека со средой, в которую он погружен. Например, создатели иммерсивного контента «The Guardian» предлагают аудитории погрузиться в мир криминалистики, почувствовать себя судебным-медицинским экспертом, расследующим убийство, выстраивающим версию преступления [22], привлекают внимание к уникальным природным явлениям (северному сиянию в Арктике [20], движению небесных тел [41], поведению лягушек в брачный сезон [26]), предлагают посмотреть на мир глазами другого человека (ребенка, беженца, заключенного) и пережить экстремальные ситуации (подземные лондонские пути).

С.Л. Уразова [18], А.В. Красавина [8], М.В. Загидуллина [6] в своих научных трудах сходятся во мнении, что благодаря виртуальной реальности возникает новая креативная среда, формирующая новый тип потребительского сознания, когда наблюдатель превращается уже в сотворца, влияющего на становление произведения и испытывающего при этом эффект обратной связи. В то же время, по наблюдению С. Нильсена, «таким продуктам не хватает истинной «интерактивности» – зритель не может взаимодействовать с персонажами или сценами рассказа и получать индивидуальные ответы» [23, с.

2639]. VR-технологии до сих пор не адаптированы для нужд журналистики в полной мере. А.В. Замков, М.А. Крашенникова, С. Нильсен считают, что на сегодняшний день журналисты лишь «экспериментируют с системами VR, чтобы понять предъявляемые ею требования к нарративу, а также оценить технологические возможности и ограничения виртуального общения» [3, с. 169]. Таким образом, перед иммерсивной журналистикой стоит важная задача, которая заключается в необходимости разработки новых практик создания контента [3; 11; 17], которые «помогут трансформировать пассивную журналистскую историю в формат, открывающий более высокие уровни погружения в сюжет» [19, с. 53] по «нескольким повествовательным путям, открывая зрителю различные точки зрения и погружая его в «отзывчивую среду» [19, с. 55], предоставляя возможность выбирать логику повествования, угол обзора, образ героя, становиться соавтором текста. Это позволит СМИ добиться наиболее эффективного взаимодействия с аудиторией.

Г.Ж. Ибраева считает, что журналистика погружения заставляет зрителя «не просто созерцать визуальный ряд, она полностью погружает в ход действия, не позволяет вмешиваться в происходящее, но потрясает и вызывает самые чувствительные эмоции» [7, с. 5]. А.А. Новикова и И.В. Кирия отмечают, что сегодня в иммерсивных проектах «среда становится тем местом, которое генерирует эмоции благодаря уникальной комбинации условности и жизнеподобия. В ней чрезвычайно легко соединяются сферы реального (реальные люди в реальных обстоятельствах), игрового (реальные люди в нереальных обстоятельствах) и постановочного (нереальные люди в нереальных обстоятельствах)» [12, с. 282]. При этом уровень имитации реальности, в которую иммерсивные технологии погружают зрителя, «значительно выше той, что предлагали прежде экранные искусства» [12, с. 282]. Иммерсивные произведения журналистики переносят зрителя в историю/сюжет незаметно

для его сознания и дают возможность пережить событие, получить информацию не из первых уст, а на основе собственного опыта.

Данные наблюдения свидетельствуют о значимости аудиовизуальной и интерактивной составляющей иммерсивных произведений в журналистике и актуализирует еще один – эстетический – аспект иммерсивной журналистики. Иммерсивность может рассматриваться как набор приемов эстетического воздействия на зрителя, позволяющий вовлекать его в мультимедийную или трансмедийную среду экранного повествования [12, с. 276]. Эстетичность материала побуждает пользователя «автоматически считать, что он более удобен для пользователя» [24, с. 14], а эстетичное удовлетворение от потребляемой информации может дать аудитории «более глубокое и богатое понимание историй, поскольку они обращаются к их личным чувствам способами, которые способствуют более глубокому пониманию чувств других» [23, с. 2646]. Усиление эмоционального и эстетического опыта в эффекте погружения связано с эффективностью реализации функций журналистики, социального воздействия на аудиторию.

Иммерсивная журналистика – это новое, активно развивающееся направление журналистики, в котором с помощью технологий виртуальной реальности создается эффект присутствия в конкретном месте, погружение в событие, переживание опыта, при этом меняются сами формы подачи информации в сторону большей нарративности повествования, включения субъективной позиции автора.

Представление социально значимой информации с использованием иммерсивных технологий является органичной частью изменений, которые происходят сейчас в медиасфере. Развитие информационных технологий, изменение особенностей медиапотребления оказали значительное влияние на характеристики журналистских материалов, формы предъявления информации в СМИ и взаимодействие с аудито-

рией. Технологии расширили возможности создания и передачи смыслов в журналистском тексте. Иммерсивность как свойство журналистского материала позволяет усилить эмпатию аудитории, восприимчивость к представляемой информации, становится свойством нарративной стратегии и характеристикой эстетики медиапроектов. Первостепенное значение в иммерсивной журналистике приобретают такие ключевые характеристики, как визуальность, нарративность, интерактивность, игровое начало, технологичность [8, с. 104], журналистика погружения адаптирована как для тематических и информационных репортажей, так и для документальных фильмов и сюжетов. Все это повышает эмоциональную вовлеченность и соучастие аудитории, способствует более глубокому пониманию реальности, и как

следствие эффективно воздействует на аудиторию и реализации социальных функций журналистики.

Развитие иммерсивной журналистики происходит в основном за счет экспериментов и параллельно с теоретическим осмыслением ее возможностей и ресурсов. Эти два процесса далеки от завершения, еще не весь потенциал этой формы предъявления информации использован, не все элементы, стратегии, модификации, функции осмыслены. Предметом дальнейших исследований могут стать жанровые характеристики иммерсивных форм, значение дизайна, роль звука в создании эффекта погружения, применение игровых механик, особенности драматургии повествования, виртуального, пространственного нарратива и другие аспекты иммерсивной журналистики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Благоев Ю.В. Иммерсивная журналистика в медиареальности / Ю.В. Благоев // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. «Филологические науки». № 3. Т. 2. Тольятти, 2017. С. 146-154.
2. В чем виноваты лидеры Третьего рейха? // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20211012/nyurnberg-1753992957.html> (дата обращения: 28.04.2022).
3. Замков А.В. О виртуальном расширении медиареальности // Медиаскоп. 2017. № 3. С. 166.
4. Замков А.В. Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемам образования / А.В. Замков, М.А. Крашенинникова, М.Н. Лукина, Н.А. Цынарева // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2017. Т. 13. №1. С. 166-172.
5. Замков А.В. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию / А.В. Замков, М.А. Крашенинникова, М.М. Лукина, Н.А. Цынарева // Медиаскоп. 2017. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2295> (дата обращения: 07.04.2022).
6. Загидуллина М.В. Иммерсивная журналистика сквозь призму ремедиации / М. В. Загидуллина // Челябинский гуманитарий. 2020. №4 (53). С. 30–35.
7. Ибраева Г.Ж. Иммерсивная журналистика как новая цифровая платформа медиа коммуникации // Вестник КазНУ. Серия: Журналистика. 2017. Вып. 45, №3. С. 5-15.
8. Красавина А.В. Сторителлинг и иммерсия: современные тенденции журналистики / А.В. Красавина, И.А. Артемов // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. Т. 31. №1. С. 102–109.
9. Лисовицкий А. РИА.Lab выпустит в Steam VR-игру о первой российской кругосветке // Голографика. 2022. 3 февр. URL: <https://holographica.space/news/first-in-history-ria-lab> (дата обращения 23.03.2022).
10. Макарова Н.Я. VR-компетенции в системе профессиональной деятельности журналиста // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2019. № 9. С. 62–69.
11. Макарова Н.Я., Махнева Д.О. Журналистика виртуальной реальности: изменение телевизионного репортажа и профессиональных компетенций журналиста // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2018. №1 (34). С. 65-74.
12. Новикова А.А., Кирия И.В. Эстетика иммерсивности: особенности творческой деятельности журналиста в мультимедийных и трансмедийных проектах / А.А. Новикова, И.В. Кирия //

- Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2018. Т. 15. Вып. 2. С. 276-288.
13. Осиповская Е. А. Технологии виртуальной реальности как новый инструмент журналистики // Вестн. НГУ. Серия: История, филология. 2018. Т. 17, № 6: Журналистика. С. 78–83.
 14. Полисученко А. Ю. Виртуальные туры и дополненная реальность в современной трэвел-журналистике // Цифровой бренд-менеджмент территорий: глобальный и локальный аспекты: материалы IV Международной трансдисциплинарной научно-практической Web-конференции «Connect-Universum-2018». Томск. 2019. С. 157–167.
 15. Пронин М.А. Регулирование технологий виртуальной реальности: к первому российскому кодексу этического поведения / М. А. Пронин, О.Н. Раев // Горизонты гуманитарного образования. 2018. №5. С. 109-124.
 16. Ситулина М.Б., Лапко А.В. Применение виртуальной реальности в иммерсивной журналистике: зарубежная и российская практика // Литература и журналистика стран Азиатско-Тихоокеанского региона в межкультурной коммуникации XX–XXI вв. Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2019. С. 220-227.
 17. Суходолов А.П. СМИ и виртуальная реальность: новые возможности и перспективы / А.П. Суходолов, С.В. Тимофеев // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 5, №1. С. 568-580.
 18. Уразова С.Л., Кильпелайнен Е.С. Виртуальная реальность и медиареальность: тенденции и прогнозы эволюции медиасистемы / С.Л. Уразова, Е.С. Кильпелайнен // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23. № 4. С. 410-421.
 19. Шаляпин А.А. Проблема субъективности в становлении иммерсивной журналистики // Медиаальманах. 2019. №1 (90). С. 48-58.
 20. Arctic 360: A virtual experience of a disappearing landscape // The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/technology/ng-interactive/2016/nov/10/virtual-reality-by-the-guardian> (дата обращения: 29.04.2022).
 21. Celestial Motion: a virtual dance experience created by Alexander Whitley. 360-degree video // The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/stage/video/2018/jun/22/celestial-motion-a-virtual-dance-experience-360-degree-video#:~:text=An%20immersive%20dance%20performance%20in%20filming%20and%20motion%2Dcapture%20technology> (дата обращения: 27.04.2022).
 22. Crime Scene A virtual experience of a forensic investigation // The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/news/2017/sep/27/virtual-reality-studio-new-experiences-a-giveaway-and-a-new-app> (дата обращения: 28.04.2022).
 23. Nielsen S., Sheets P. Virtual hype meets reality: Users' perception of immersive journalism. Journalism. 2021. №22(10). P. 2637-2653.
 24. Sánchez-Gonzales H. M., Benítez-Gutiérrez A. Periodismo de inmersión y de marca en la información educativa y cultural // El caso de Lab de RTVE. Comunicación Y Sociedad. 2021. №18. P. 1-28.
 25. The Displaced // The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/video/magazine/100000005005806/the-displaced.html> (дата обращения: 17.04.2022).
 26. The Joy of Frogs: a 360 film about the mating season // The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/mar/29/the-joy-of-frogs-a-360-film-about-the-mating-season> (дата обращения: 28.04.2022).
 27. Watson Z. VR for News: TheNewReality? // Digital News Publications 2017. ReutersInstitute. URL: <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2017/vr-news-new-reality> (дата обращения: 27.04.2022).

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Blagov Ju.V. Immersivnaja zhurnalistika v mediareal'nosti / Ju.V. Blagov // Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishheva. «Filologicheskie nauki». № 3. Т. 2. Tol'jatti, 2017. S. 146-154.
2. V chem vinovaty lidery Tret'ego rejha? // RIA Novosti. URL: <https://ria.ru/20211012/nyurnberg-1753992957.html> (дата обращения: 28.04.2022).

3. Zamkov A.V. O virtual'nom rasshirenii mediareal'nosti // *Mediascope*. 2017. № 3. S. 166.
4. Zamkov A.V. Immersivnaja zhurnalistika: podhody k teorii i problemam obrazovanija / A.V. Zamkov, M.A. Krasheninnikova, M.N. Lukina, N.A. Cynareva // *Sovremennye informacionnye tehnologii i IT-obrazovanie*. 2017. T. 13. №1. S. 166-172.
5. Zamkov A.V. Robotizirovannaja zhurnalistika: ot nauchnogo diskursa k zhurnalistickomu obrazovaniju / A.V. Zamkov, M.A. Krasheninnikova, M.M. Lukina, N.A. Cynarjova // *Mediascope*. 2017. Vyp. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2295> (data obrashhenija: 07.04.2022).
6. Zagidullina M.V. Immersivnaja zhurnalistika skvoz' prizmu remediatsii / M. V. Zagidullina // *Cheljabinskij gumanitarij*. 2020. №4 (53). S. 30–35.
7. Ibraeva G.Zh. Immersivnaja zhurnalistika kak novaja cifrovaja platforma media kommunikacii // *Vestnik KazNU. Serija: Zhurnalistika*. 2017. Vyp. 45, №3. S. 5-15.
8. Krasavina A.V. Storitelling i immersija: sovremennye tendencii zhurnalistiki / A.V. Krasavina, I.A. Artemov // *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 2018. T. 31. №1. S. 102–109.
9. Lisovickij A. RIA.Lab vypustit v Steam VR-igru o pervoj rossijskoj krugosvetke // *Golografika*. 2022. 3 fevr. URL: <https://holographica.space/news/first-in-history-ria-lab> (data obrashhenija 23.03.2022).
10. Makarova N.Ja. VR-kompetencii v sisteme professional'noj dejatel'nosti zhurnalista // *Vestnik RGGU. Serija: Literaturovedenie. Jazykoznanie. Kul'turologija*. 2019. № 9. S. 62–69.
11. Makarova N.Ja., Mahneva D.O. Zhurnalistika virtual'noj real'nosti: izmenenie televizionnogo reportaža i professional'nyh kompetencij zhurnalista // *Vestnik RGGU. Serija: Literaturovedenie. Jazykoznanie. Kul'turologija*. 2018. №1 (34). S. 65-74.
12. Novikova A.A., Kirija I.V. Jestetika immersivnosti: osobennosti tvorcheskoj dejatel'nosti zhurnalista v mul'timedijnyh i transmedijnyh proektah / A.A. Novikova, I.V. Kirija // *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Jazyk i literatura*. 2018. T. 15. Vyp. 2. S. 276-288.
13. Osipovskaja E. A. Tehnologii virtual'noj real'nosti kak novyj instrument zhurnalistiki // *Vestn. NGU. Serija: Istorija, filologija*. 2018. T. 17, № 6: Zhurnalistika. S. 78–83.
14. Polisuchenko A. Ju. Virtual'nye tury i dopolnennaja real'nost' v sovremennoj trjevel-zhurnalistike // *Cifrovoy brend-menedzhment territorij: global'nyj i lokal'nyj aspekty: materialy IV Mezhdunarodnoj transdisciplinarnoj nauchno-praktičeskoj Web-konferencii «Sonnect-Universum-2018»*. Tomsk. 2019. S. 157–167.
15. Pronin M.A. Regulirovanie tehnologij virtual'noj real'nosti: k pervomu rossijskomu kodeksu jetičeskogo povedenija / M. A. Pronin, O.N. Raev // *Gorizonty gumanitarnogo obrazovanija*. 2018. №5. S. 109-124.
16. Situlina M.B., Lapko A.V. Primenenie virtual'noj real'nosti v immersivnoj zhurnalistike: zarubezhnaja i rossijskaja praktika // *Literatura i zhurnalistika stran Aziatsko-Tihookeanskogo regiona v mezhkul'turnoj kommunikacii XX–XXI vv. Habarovsk: Izd-vo Tihookean. gos. un-ta*, 2019. S. 220-227.
17. Suhodolov A.P. SMI i virtual'naja real'nost': novye vozmožnosti i perspektivy / A.P. Suhodolov, S.V. Timofeev // *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2018. T. 5, №1. S. 568-580.
18. Urazova S.L., Kil'peljajnen E.S. Virtual'naja real'nost' i mediareal'nost': tendencii i prognozy jevoljucii mediasistemy / S.L. Urazova, E.S. Kil'peljajnen // *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Literaturovedenie. Zhurnalistika*. 2018. T. 23. № 4. S. 410-421.
19. Šaljapin A.A. Problema sub#ektivnosti v stanovlenii immersivnoj zhurnalistiki // *Mediaal'manah*. 2019. №1 (90). S. 48-58.
20. Arctic 360: A virtual experience of a disappearing landscape // *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/technology/ng-interactive/2016/nov/10/virtual-reality-by-the-guardian> (data obrashhenija: 29.04.2022).
21. Celestial Motion: a virtual dance experience created by Alexander Whitley. 360-degree video // *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com /stage/video/2018/jun/22/celestial-motion-a-virtual-dance-experience-360-degree-video#:~:text=An%20immersive%20dance%20performance%20in,filming%20and%20motion%2Dcapture%20technology> (data obrashhenija: 27.04.2022).
22. Crime Scene A virtual experience of a forensic investigation // *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/news/2017/sep/27/virtual-reality-studio-new-experiences-a-giveaway-and-a-new-app> (data obrashhenija: 28.04.2022).

23. Nielsen S., Sheets P. Virtual hype meets reality: Users' perception of immersive journalism. Journalism. 2021. №22(10). P. 2637-2653.
24. Sánchez-Gonzales H. M., Benítez-Gutiérrez A. Periodismo de inmersión y de marca en la información educativa y cultural // El caso de Lab de RTVE. Comunicación Y Sociedad. 2021. №18. P. 1-28.
25. The Displaced // The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/video/magazine/100000005005806/the-displaced.html> (data obrashhenija: 17.04.2022).
26. The Joy of Frogs: a 360 film about the mating season // The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/mar/29/the-joy-of-frogs-a-360-film-about-the-mating-season> (data obrashhenija: 28.04.2022).
27. Watson Z. VR for News: TheNewReality? // Digital News Publications 2017. ReutersInstitute. URL: <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2017/vr-news-new-reality> (data obrashhenija: 27.04.2022).

Поступила в редакцию 13.06.2022.

Принята к публикации 14.06.2022.

Для цитирования:

Чередниченко Л. В., Черных А. В. Иммерсивная журналистика: понятие и функции // Гуманитарный научный вестник. 2022. №6. С. 163-171. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2022/06/Cherednichenko.pdf>