Литературоведение. Журналистика

УДК 251.5 + 30 DOI: 10.14529/ssh210312

ЭФФЕКТЫ И РИСКИ ИММЕРСИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ И ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

А. В. Красавина, А. Н. Шашева
Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Российская Федерация

В данной статье исследуются этические вопросы, возникающие в связи с применением технологий виртуальной реальности в журналистике, которые способствуют усилению вовлеченности пользователя в нарратив. В этом случае виртуальный мир зачастую воспринимается реципиентом как аутентичный, в результате чего происходит подмена реальностей и формирование ложных впечатлений и воспоминаний. В связи с этим медиаспециалисты поднимают вопрос о профессионально-этических нормах журналистского поведения в данной области. Создатели журналистских VR-материалов должны учитывать возможные риски, касающиеся как конфиденциальности данных, так и психоэмоционального состояния пользователей.

В статье исследуется ряд психологических эффектов в виртуальной среде, таких как эффект «сториливинга», заменивший «сторителлинг», и эффект эмпатии, ставится вопрос восприятия получаемого опыта в данной среде со всей остротой, ведь исследователи сомневаются в исключительно позитивном влиянии данных эффектов в виртуальной реальности. Так, эмпатия способна влиять на социальное взаимодействие людей и делать их эмоционально уязвимыми, что способствует манипуляциям для изменения убеждений и восприятия людей, поэтому следует с осторожностью использовать её в журналистике.

Практическая значимость статьи заключается в анализе зарубежных и отечественных журналистских материалов, созданных с помощью технологии виртуальной реальности, с точки зрения этичности способов вовлечения аудитории в нарратив и актуализации морально-этических принципов медиаспециалиста для грамотной работы в сфере VR, с учетом контекста, целевой аудитории и других аспектов производства и дистрибуции проекта.

Этическое мышление современного медиаспециалиста и VR-журналиста в том числе должно быть чувствительно к контексту и деталям реализации конкретных экспериментальных парадигм, к тем аспектам, которые невозможно ухватить общим кодексом поведения, следование рекомендациям, изложенным в статье, позволит «сверять настройки». Наличие этического мышления у современного медиаспециалиста является основополагающим в новых этических и технологических стандартах обучения.

Статья содержит ряд рекомендаций, сформированных на основе важнейших журналистских кодексов и международных стандартов профессиональной этики журналистов.

Ключевые слова: журналистская этика, этический кодекс, виртуальная реальность, иммерсивная журналистика, эмпатия, эффект присутствия.

Введение

Сегодня понятие «иммерсивная журналистика» активно обсуждается представителями индустрии и медиаисследователями. Такие отечественные ученые, как А. В. Замков, М. А. Крашенинникова. М. М. Лукина, Н. А. Цынарёва понимают под «иммерсивной журналистикой» (иммерсивными медиа) технику подачи цифрового контента, которая извлекает преимущества для пользователя из элементов виртуального окружения. Обычно оно включает, помимо мощных графических систем, специальную периферию (перчатки, трекеры) и дисплеи VR – монтируемые на голову HMD устройства в виде очков или шлемов [1].

Практикуемые в медиасреде иммерсивные технологии также называют технологиями расширенной реальности. Они обеспечивают эффект полного или частичного присутствия в альтернативном пространстве, тем самым изменяя пользовательский опыт. Одним из способов достижения эффекта иммерсии является применение технологий виртуальной реальности.

В зарубежной научной литературе, в исследованиях таких ученых, как Г. Харди, О. Балет, В. Шмитч, А. Коффе и др., виртуальная реальность рассматривается как новый мультимедийный опыт, который воспроизводит реальную и мнимую среду, объясняет, какие нужны технологии, как «…изменяется способ общения, поскольку она интегрирована в эмпирический, интуитивный способ, что невозможно в других средствах массовой информации» [2]. История развития виртуальной реальности насчитывает не один десяток лет, но только в наши дни эта технология начала осмысляться как универсальный медиаканал.

В связи с возникающими этическими дилеммами в сфере VR предметом рассмотрения в данной статье становится этический аспект использования виртуальной реальности в медиа, поднимающий вопросы о влиянии эффекта присутствия в

VR на восприятие зрителем сюжета и роли эмоционального эмпатического состояния во время просмотра. В свете данных вопросов актуальной становится проблема этического мышления, определяющая новые ценности, нравственные принципы и этические правила создания контента в виртуальной реальности.

Журналистика все меньше стремится удовлетворить когнитивные потребности аудитории, больше внимания уделяется эстетическому воздействию, позволяющему вовлекать и погружать зрителя в другую реальность, которую он может исследовать. Многие новостные издания (The New York Times, The Guardian, РИА Lab) используют виртуальную реальность (VR), 360° видео и дополненную реальность (AR) для привлечения внимания аудитории и развития у нее эмпатии. Более того, усиленный эффект присутствия достигается за счёт возможности побывать «в чужой шкуре», на месте другого человека и ощутить его проблемы.

Обзор литературы

Одна из первых попыток объединить эмоциональный опыт и виртуальную реальность была предпринята художником, педагогом – Жаклин Форд Мори и исследователем Майком Гослином в 1992 г. Статья «Виртопия: эмоциональные переживания в виртуальной среде» описывает, как создатели конструировали различные среды, которые давали разные впечатления каждому зрителю. Цель проекта состояла в том, чтобы оставить у аудитории глубокое впечатление с длительным эффектом. Авторы подчеркивают в своей работе, что чем больше эмоций испытывает человек во время погружения в виртуальную реальность, тем более реальным он считает данный опыт: «…когда человек эмоционально вовлечен в переживание, он с большей вероятностью сосредотачивается на непосредственных ощущениях и с меньшей вероятностью воспринимает происходящее через аналитические мыслительные процессы. Чем более эмоционально вовлечен участник, тем больше он готов “купиться” на виртуальный мир, думая о нем не столько как о конструкте, сколько как о личном опыте» [3]. К тому же, «…чем многозначнее и сложнее медиа, чем больше в нем сенсорных деталей, усиливающих восприятие – основу повествовательной информации – тем сильнее эффект присутствия» [4]. В VR-проекте «Облака над Сидрой» (реж. Крисс Милк), повествующем о жизни двенадцатилетней девочки в сирийском лагере беженцев, когда зритель видит Сидру, ее поза и тон голоса передают нам психологическое состояние ребенка, оторванного от дома и лишенного ощущения безопасности. VR-технологии делают реальность более «доступной», заполняя естественные коммуникативные ограничения, которые существуют в других средствах массовой информации. Как объясняет режиссер VR-проекта «Облака над Сидрой» Крис Милк, ощущение присутствия в далекой реальности превращает наблюдаемый опыт в нечто похожее на реальное воспоминание: «С виртуальной реальностью вы, по сути, взламываете визуально-аудиальную систему своего мозга и наполняете ее набором стимулов, достаточно близких к ожидаемым стимулам, чтобы воспринимать увиденное как истину» [5]. Так, в виртуальной реальности на смену сторителлингу приходит сториливинг, давая аудитории возможность не просто прочитать, услышать или увидеть историю, а прожить ее и приобщиться к опыту другого человека. Об этом говорит и основательница медиаплатформы «Журналистика погружения» Нонни де ла Пенья. Ее первый VR-проект – «Голод в Лос-Анджелесе» – повествует о людях, получающих помощь продуктами. Зритель помещается на улицу города, где около пункта выдачи продовольствия выстроилась очередь. Неожиданно инсулинозависимый мужчина падает в обморок. Вокруг начинается паника, а зритель становится человеком, который все это наблюдает, хочет помочь пострадавшему, но не может. И такую реакцию создатели проекта наблюдали у каждого, кто посмотрел сюжет. Как рассказывает сама Нонни де ла Пенья в своем выступлении на конференции TED, для нее главное – это поместить человека в самый центр событий, дать ему их пережить и прочувствовать весь спектр эмоций. Ведь только тогда он поймет всю сущность проблемы [6]. Таким образом, иммерсивные технологии способствуют привлечению внимания к социальным проблемам общества. В российском VR-проекте «Механика аутизма», созданном медиагруппой РИА-Новости при экспертной поддержке фонда содействия решению проблем аутизма в России «Выход» и при информационной поддержке Фонда «Обнаженные сердца», аудитории также даётся возможность понять и прочувствовать острую социальную проблему: каким образом люди с РАС адаптируются во внешнем мире и как им бывает сложно [7]. В другом VR-проекте РИА-Новости «Слепые в большом городе» зрячий пользователь «проживает» разные ситуации из жизни слепых героев проекта. Участники проекта рассказывают о том, как они пользуются общественным транспортом, ходят на работу и живут в огромном мегаполисе. В трех «новеллах» используется более 60 точек различных звуков – фоновых и основных. Важной задачей проекта является улучшение коммуникации между людьми с инвалидностью и «внешним» миром [8]. Ведь после просмотра данного фильма зрители, далекие от проблем слепых, смогут изменить свое поведение и манеру общения с ними.

Эффект «проживания» истории делает необходимым исследование вопроса восприятия получаемого опыта. Так, ученые из Стэнфордского университета изучили потенциал восприятия вир-

туальной реальности «как истины». На детях младшего школьного возраста были изучены два состояния – одно в виртуальной реальности, где они плавали в виртуальном океане с китами, и другое, в котором им читали рассказ об опыте плавания с китами. Результаты показали, что через пять дней после эксперимента дети чаще вспоминали свой опыт плавания с китами как реальное воспоминание, если они переживали его в виртуальной реальности (в отличие от восприятия на слух) [9]. Таким образом, обнаруживается мощная способность VR-среды создавать ложные воспоминания, которая может использоваться поразному. В связи с этим важно рассмотреть одно из ключевых для понимания виртуальной среды понятие, такое как эмпатия.

«Существует почти столько же определений эмпатии, сколько ученых, изучающих это явление», – пишет Стэнфордский психолог Джамиль Заки [10]. Есть различные формы проявления эмпатии – например, эмпатическое слушание (с помощью мимики и жестов демонстрируется понимание эмоций собеседника), эмпатическая забота побуждает ответную реакцию на переживания, и человек стремится облегчить страдания собеседника. Эмоциональная эмпатия принимает форму реальной попытки перенести этот опыт на себя («личная боль»), что помогает душевному сближению, но также имеет и негативные последствия. «Когда люди думают о других с точки зрения третьего лица, они испытывают сочувствие и хотят помочь человеку. Это цель, – говорит Адам Уэйц, психолог из школы менеджмента Келлогга Северо-Западного университета, – но опыт показывает – если люди принимают на себя боль другого человека, это приводит не к помощи, а к отстранению от проблемы» [11]. Таким образом, нельзя говорить об исключительно позитивном эффекте эмпатии в виртуальной реальности. Сторонники эмпатического эффекта говорят о том, что, во-первых, лучший способ развить эмпатию – это действительно пережить то, что пережил и испытал другой человек. Во-вторых, сочувствие – это секретное оружие против ненависти и конфликтов в мире. Если бы мы все могли чувствовать боль друг друга, мир стал бы лучше. Джереми Бейленсон, директор-основатель Лаборатории виртуального взаимодействия человека при Стэнфордском университете и автор книги «Вынужденный опыт: что такое виртуальная реальность, как она работает и что способна сделать», изучает способы, с помощью которых виртуальная реальность может изменить мышление человека. В своей работе он говорит о том, что люди, перевоплощающиеся в виртуальной реальности в животных, чувствуют связь с природой. Те, кто видит себя в будущем в почтенном возрасте, откладывают больше денег на пенсию. А дети, которые виртуально связаны с пожилыми людьми, становятся менее эгоистичными [11]. Тем не менее у некоторых исследователей присутствует определенный скептицизм в отношении эмпатии и производимых ею эффектов. Дэвид М. Эвальт, автор книги «Бросая вызов реальности: внутренняя история революции виртуальной реальности», с осторожностью относится к эмпатическому потенциалу VR. «Если вы чуткий человек и желаете, чтобы мир становился лучше, – можете посмотреть VR-фильм “Облака над Сидрой” – он вызовет у вас сочувствие, которое заложено природой. Но если вы не сопереживаете, не сработает даже самое убедительное видео. VR усиливает то, что уже присуще аудитории», – считает Эвальт [12]. Аргументы Пола Блума, профессора психологии Йельского университета, автора книги «Против эмпатии: аргументы в пользу рационального сострадания», сводятся к нескольким пунктам. Первый из них заключается в том, что виртуальная реальность привлекательна – именно поэтому многие люди стремятся получить этот опыт. Вторая причина критики VR кроется в сомнительной морали – люди, в отношении которых мы можем испытывать эмпатию, определяются строго нашим личным опытом, и это может быть использовано создателями VR-фильмов, чтобы заставить нас сделать очередное пожертвование. Третий момент заключается в том, что VR не может быть достаточно захватывающим, чтобы заставить аудиторию почувствовать себя бездомным или инвалидом. «Тот ужас, который пришлось пережить беженцу, никак не связан с видами и звуками лагеря беженцев; это чувства тревоги и страха, вызванные необходимостью покинуть родину и эмигрировать в чужую страну. Вы не сможете полностью это прочувствовать, надев шлем на голову. – говорит Пол. – Кроме того, VR-фильм длится в течение нескольких минут,

в то время как жертвы террористических атак живут с психологическими травмами всю жизнь» [13]. Таким образом, большинство экспертов сходятся во мнении, что иммерсивная виртуальная среда оказывает психологическое воздействие на человека и способна вызывать эмпатию, которая, в свою очередь, влияет на наше социальное взаимодействие: испытывая сочувствие, человек меняется к лучшему, а виртуальная реальность приобретает дополнительную ценность как инструмент формирования человека и общества. Тем не менее данный эффект в виртуальной реальности не изучен досконально и следует с осторожностью использовать его в журналистике.

Методы исследования

Методология исследования включает анализ зарубежных и отечественных журналистских материалов, созданных с помощью технологии виртуальной реальности, с точки зрения этичности способов вовлечения аудитории в нарратив. Для этого нами был выявлен и предложен ряд важнейших

журналистских профессиональных стандартов, которыми могут регулироваться профессионально-этические нормы журналистского поведения в VR.

Результаты и дискуссия

Эффект эмпатии – сильный, но неоднозначный инструмент в арсенале журналиста, работающего с VR-технологией. По мере того как аудитория начинает проявлять эмпатию, она становится эмоционально уязвимой. Таким образом, VR обладает манипулятивным потенциалом для изменения убеждений и восприятия людей. Эдвард Бернейс, специалист в области связей с общественностью и психологии, описал фундаментальный процесс «инженерии согласия», лежащий в основе пропаганды [14]. Он достигается путем создания убедительной среды, которая формирует у аудитории определенное восприятие мира и предоставляет ей пространство для добровольных действий в соответствии с желаниями создателя или «инженера» среды. Таким образом, VR-среда вполне подходит для выстраивания манипулятивных нарративов и может стать инкубатором пропаганды в связи с недостаточной компетентностью журналиста, или нарушением им морально-этических норм. Такие аспекты VR-проекта, как музыкальное сопровождение, тяжелые для восприятия сцены, способные нанести вред психике, и многие другие аспекты должны быть тщательно продуманы и обоснованы. В 2016 г. два профессора философии Майкл Мадари и Томас Метцингер опубликовали книгу «Реальная виртуальность: Кодекс этического поведения». По их мнению, виртуальная реальность – это «…мощная форма ментальной и поведенческой манипуляции», которая может быть сложной, особенно когда коммерческие, политические, религиозные или правительственные интересы стоят за созданием и поддержанием виртуальных миров» [15]. Стремительная технологическая эволюция виртуальной реальности влечет за собой и другие риски, а именно потенциальные риски в отношении информационной безопасности, конфиденциальности, психоэмоционального состояния человека, вследствие чего создает необходимость в разработке этического кодекса для создателей журналистского VR-материала. В связи с этим на основе Кодекса профессиональной этики российского журналиста [16], Международных стандартов профессиональной этики журналистов [17], Кодекса этического поведения Мадари, Метцингера [15] нами был создан список наиболее важных, на наш взгляд, рекомендаций для создателей журналистского VR-материала:

1. Авторы сюжета, представленного в виртуальной реальности, должны стремиться к тому, чтобы отражать, информировать и стимулировать интересы целевой аудитории, отвечая запросам зрителей любого возраста, вероисповедания, цвета кожи, расы, способностей и пола.

2. Зрители журналистских VR-проектов должны быть проинформированы о том, что VR с эффектом иммерсии может оказывать долговременное воздействие на поведение пользователя.

3. Инвестиции для создания журналистских VR-материалов следует направлять не только на исследование технологического аспекта взаимодействия человека и виртуальной среды, но и на изучение воздействия VR на пользователей и того, как они формируют сознание и модели поведения человека.

4. VR-журналист должен предусмотреть все возможные опасности того или иного функционала и защитить пользователя от тех последствий, которые можно просчитать: например, сделать травмирующие сцены менее реалистичными, предупредить о потенциальном воздействии новой опции, а также продумать и предотвратить её использование во вред.

5. В целях минимизации негативного воздействия на сознание пользователя VR-журналистам и инвесторам необходимо сотрудничать с профессиональными психологами и социальными философами, которые предоставят экспертное мнение о разработке.

6. Конфиденциальность пользователей: VR-журналист должен уважать частную жизнь, признавая, что любое вмешательство может быть оправдано лишь защитой интересов общества, а следовательно, решить, в каком объеме будут отслеживаться и сохраняться пользовательские данные, и четко сообщать об этом пользователям через политику конфиденциальности.

7. VR-журналист должен гарантировать аутентичность VR-материала, чтобы у пользователя сложилось понимание того, как его воспринимать и какая часть материала является догадками и предположениями. Такой прозрачности можно добиться с помощью дисклеймеров, создающих контекст для VR-материалов, сообщая пользователю о том, что происходило за пределами показанного.

Проанализировав отечественные и зарубежные VR-проекты по данным критериям, можно отметить следующее: в VR-проекте «Облака над Сидрой» использована реальная документальная съемка без каких-либо дополнительных графических эффектов, однако присутствуют сцены, которые были включены для того, чтобы зритель смог себя почувствовать частью истории (к примеру, сцена, где дети в замедленной съемке бегут на зрителя и окружают его). Благодаря использованным приемам сторителлинга и особенностям иммерсивных технологий у зрителя возникает мощное чувство сопереживания, с помощью чего привлекается внимание к проблеме защиты прав детей и беженцев в условиях сирийского кризиса, при этом не нарушается аутентичность и не возникает негативное воздействие на зрителя (реакция

зрителей на фильм превзошла все ожидания: по данным ООН, фильм собрал 3,8 млрд долларов на оказание помощи сирийским беженцам) [18]. Что касается вовлечения ребенка в качестве центрального персонажа в тревожной новостной среде, то это не только художественный прием, но и важный этический момент, который регламентируется законом, что должны учитывать создатели VR-проектов. Так, перед просмотром зритель видит предупреждение, касающееся его здоровья и безопасности, а также предупреждение о том, что использование очков виртуальной реальности разрешено для пользователей старше 13 лет. В данный момент проект находится в открытом доступе на YouTube, и, соответственно, поддерживается политикой конфиденциальности видеохостинга.

VR-проект «Голод в Лос-Анджелесе» был создан в 2012 г. и на тот момент был инновационным, захватывающим опытом, построенным в виртуальной реальности с использованием 3D-графики в сочетании с подлинными материалами. Этот проект можно отнести к жанру репортажа в виртуальной реальности, он основывается на трех концептуальных признаках VR: иллюзии места, правдоподобии и применении цифрового аватара. За основу репортажа были взяты подлинные события из жизни социально незащищенных жителей, столкнувшихся с нехваткой продуктов питания – в ходе работы над проектом записывались реальные звуковые дорожки с мест раздачи продовольствия, фотографировались очереди в поисках такой эмоционально нагруженной сцены, которая бы произвела на зрителя должный эффект, погрузила его в самый центр события, заставив сопереживать и проживать историю. Несмотря на то, что смоделированная при помощи 3D-графики виртуальная реконструкция делает тяжелые для восприятия сцены менее реалистичными, это не снижает эмоционального напряжения и мощного эффекта иммерсии. Но в этом проекте гиперреальность подменяет действительность, а такой формат удобен для манипуляций. В таких случаях авторам необходимо брать на себя ответственность заранее информировать зрителя о контексте информации, а также включать в проект дисклеймеры для верного понимания происходящего зрителем, что было сделано в проекте «Голод в Лос-Анджелесе». Надев очки, пользователь видит текст на черном фоне, повествующий о контексте проекта, и понимает, что его ожидает далее. Отметим, что в данный момент проект находится в открытом доступе на YouTube и, соответственно, поддерживается политикой конфиденциальности видеохостинга. Информацию о причастности экспертов к созданию проекта в открытом доступе нам найти не удалось.

VR-проекты «Механика аутизма» и «Слепые в большом городе», созданные медиагруппой РИА-Новости, дают зрителю возможность быть не просто свидетелем некоего события в VR, а пережить личный опыт людей с отклонениями, понять их проблемы и переживания. Это способствует максимальному погружению зрителя в атмосферу проектов, повышается эмоциональное воздействие на аудиторию.

Эти проекты созданы на основе масштабных исследований, с использованием личного опыта «особенных» людей. Так, например, для проекта «Слепые в большом городе» в течение нескольких месяцев журналисты, дизайнеры и разработчики с помощью интервью со слепыми выясняли и реконструировали их картину мира «изнутри». Для достоверности были созданы точные визуально-аудиальные реконструкции. Фильмы не содержат шокирующих сцен. Что касается конфиденциальности – в приложение РИА Lab, в котором аудитория может познакомиться с данными проектами, на наш взгляд, следует ввести положение о политике конфиденциальности, чтобы избежать проблем с незаконным использованием персональных данных и поддерживать высокий уровень безопасности пользователя. В проектах используются дисклеймеры, которые на протяжении всего повествования объясняют, что происходит с персонажем – это несколько противоречит принципу иммерсии, поскольку мешает зрителю полностью погрузиться в историю, но с другой стороны, не происходит манипулирование чувствами и переживаниями аудитории, в чем заключается опасность гиперреалистичных проектов. То есть отношение создателей проекта к аудитории в высшей степени этично.

Выводы

Практическое значение итогов данной работы заключается в разработке этических рекомендаций для создания журналистского VR-материала на основе теоретической и эмпирической базы. Ценность проведенного исследования заключается в установлении морально-этических принципов медиаспециалиста для грамотного составления VR-материала с учетом контекста, целевой аудитории и других аспектов реализации материала.

На основании изучения и анализа теоретической и эмпирической базы были сделаны следующие выводы:

1. Иммерсивная журналистика – абсолютно новая, перспективная область журналистики, которая создает прямое взаимодействие между получателем информации и контентом, позволяя зрителю максимально глубоко погрузиться в событийную среду. Но вместе с этим она является мощным психологическим инструментом воздействия на потребителя, поэтому степень ответственности VR-журналиста чрезвычайно высока и соблюдение профессиональных этических норм с учётом производимых эффектов и всех рисков (дабы избежать эмоциональной манипуляции)

должно стоять на первом месте при разработке проекта.

2. Стандартизированные предупреждения в журналистском VR-проекте должны быть достаточно точными, чтобы учитывать различные аспекты восприятия материала и давать пользователю возможность получить полную информацию для понимания, хочет ли он испытать подобные ощущения или нет.

3. Исследование иммерсивной журналистики требует серьезного подхода, в том числе с точки зрения создания новых этических и технологических стандартов обучения медиаспециалистов – это позволит обучающимся не только получать знания, включающие новые технологические возможности, но и оценивать проекты с этической точки зрения.

Этическое мышление современного медиаспециалиста и VR-журналиста в том числе должно быть чувствительно к контексту и деталям реализации конкретных экспериментальных парадигм, к тем аспектам, которые невозможно описать общим кодексом поведения, следование же вышеизложенным рекомендациям позволит «сверять настройки». Поскольку иммерсивная журналистика совершила «…переход коммуникативных процессов в виртуальную среду, где симуляция является неотъемлемой чертой мироощущения», необходимо особенно тщательно относиться к поиску баланса между зрелищностью и правдоподобием, между «глубиной погружения» и действительностью [19]. Следовательно, журналист обязан иметь сформированную гражданскую позицию и морально-этические принципы, чтобы работать над такими материалами, в связи с этим обладание соответствующими компетенциями для грамотного составления материала не является исчерпывающим требованием к медиаспециалисту.

Литература

1. Замков, А. В. Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемам образования / А. В. Замков, М. А. Крашенникова, М. М. Лукина, Н. А. Цынарева // Современные информационные технологии и ИТ-образование. – М., 2017. – С. 166–172.

2. Hardee, G. Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework / G. Hardee. – Research Gate, 2016. – URL: https://www.researchgate.net/publication/304055227.

3. Михальчук, Д. Эмпатия и виртуальная реальность: тонкая взаимосвязь и влияние на общество / Д. Михальчук. – URL: https://teslasuit.io/blog/empathy-virtual-reality/ (дата обращения: 01.02.2021).

4. Дафт, Р. Теория богатства медиавозможностей / Р. Дафт. – URL: https://media-inform.com/6847376/1/teoriya-bogatstva-mediavozmozhnostey.html (дата обращения: 01.02.2021).

5. Милк, К. Виртуальная реальность как способ полного переживания: TED / К. Милк // Виртуальная реальность как способ полного сопереживания. – URL: https://www.ted.com/talks/chris_milk_how_virtual_reality_can_create_the_ultimate_empathy_machine?language=ru (дата обращения: 03.02.2021).

6. Де Ла Пенья, Н. Будущее новостей? Виртуальная реальность: TED / Н. де ла Пенья. – URL: https://www.ted.com/talks/nonny_de_la_pena_the_future_of_news_virtual_reality/transcript?language=ru (дата обращения 05.02.2021).

7. VR-проект «Механика аутизма» РИА-новости. – URL: Механика аутизма. Почему они так реагируют? – URL: https://ria.ru/20181108/1532191512.html (дата обращения: 06.02.2021).

8. VR-проект «Слепые в большом городе» РИА-новости. – URL: https://ria.ru/20190130/1550092823.html (дата обращения: 07.02.2021).

9. Segovia, K. Virtually True: Children's Acquisition of False Memories in Virtual Reality / K. Segovia, J. N. Bailenson // Media Psychology. – 2009. № 12. – P. 371–393.

10. Заки, Д. На стороне добра. Сила эмпатии в разрозненном мире / Д. Заки ; пер. с англ. Е. Петровой. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 300 с.

11. Eveleth R. The Limits of Empathy / R. Eveleth. – URL: https://www.topic.com/the-limits-of-empathy (дата обращения: 06.02.2021).

12. Ewalt, D. Defying Reality: The Inside Story of the Virtual Reality Revolution / D. M. Ewalt. – Blue Rider Press, 2018. –288 с.

13. Bloom, P. Against Empathy: The Case for Rational Comparison / P. Bloom. – New York : Post Best Book, 2016. – 320 с.

14. Бейнерс, Э. Инженерия согласия / Э. Бейнерс // Полис. Политические исследования. – 2013. – С. 122–131.

15. Мадари, М. Реальная виртуальность. Этический кодекс. Рекомендации по надлежащей исследовательской практике и советы пользователям технологий виртуальной реальности / М. Мадари, Т. Метцингер. – 2016.

16. Кодекс профессиональной этики российского журналиста: принят Конгрессом журналистов России 23.06.1994 года, г. Москва. – URL: http://docs.cntd.ru/document/901854413 (дата обращения: 08.02.2021).

17. Байчик, А. В. Международные стандарты профессиональной этики журналиста : учебно-методическое пособие / А. В. Байчик, Ю. В. Курышева, С. Б. Никонов. – СПб. : СПбГУ, 2012. – 102 с.

18. Проект «Виртуальная реальность Организации Объединенных Наций»: Кризис сирийских беженцев. – URL: http://unvr.sdgactioncampaign.org/cloudsoversidra/#.YDZX7-omyUm (дата обращения: 10.02.2021).

19. Осиповская, Е. А. Игровое медиапространство мультимедийных англоязычных СМИ: новые тенденции в жанрообразовании : дис. …канд. филол. наук / Е. А. Осиповская. – М., 2016. – 191 с.

Красавина Анна Викторовна – доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, заместитель заведующего лабораторией – МНИЛ виртуальной реальности (VR-лаборатория), Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), e-mail: krasavinaav@susu.ru. ORCID 0000-0001-6237-1606

Шашева Анна Николаевна – магистрант кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), e-mail: anechkatisha@mail.ru. ORCID 0000-0001-6016-4793

Поступила в редакцию 24 мая 2021 г.

DOI: 10.14529/ssh210312

EFFECTS AND RISKS OF IMMERSIVE JOURNALISM: TECHNOLOGICAL AND ETHICAL ASPECTS

A. V. Krasavina, A. N. Shasheva

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

This article explores ethical issues arising from the use of virtual reality technology in journalism, which contribute to the increase of user involvement in the narrative. In this case, the virtual world is often perceived by the recipient as authentic, resulting in the substitution of realities and the formation of false impressions and memories. In this regard, media experts raise the issue of professional and ethical standards of journalistic behavior in this area. Creators of journalistic VR materials must take into account the possible risks related to both data privacy and the psycho-emotional state of users.

The article examines some psychological effects in a virtual environment, such as the «storyliving» effect, which replaced «storytelling», and the empathy effect, raises the acute question of perceiving the experience gained in this environment because researchers doubt the extremely positive impact of these effects in virtual reality. So, empathy can influence the social interaction of people, and makes them emotionally vulnerable, and changes people's beliefs and perceptions, so it should be used with caution in journalism.

The practical implications of the article are the analysis of foreign and domestic journalistic materials created with the use of virtual reality technology, involving ethical methods of engaging the audience in the narrative and actualizing the moral and ethical principles of a media specialist for the competent work in the field of VR. It takes into account the context, the target audience and other aspects of the project production and distribution.

The ethical attitude of a modern media specialist and VR journalist, besides other things, should be sensitive to the context and details of the implementation of specific experimental paradigms, to those aspects that cannot be captured by a general code of conduct, following the recommendations set out in the article will allow you to «match the settings». The ethical attitude of the modern media specialist is essential in new ethical and technological standards of teaching.

The article contains several recommendations based on the most important journalistic codes and international standards of professional ethics for journalists.

Keywords: journalism ethics, code of ethics, virtual reality, immersive journalism, empathy, participation effect.

References

1. Zamkov A.V. Immersivnaya zhurnalistika: podhody k teorii i problemam obrazovaniya [Immersive Journalism: Approaches to the Theory and Problems of Education]. M., 2017. S.166–172.

2. Hardee G. Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework. Research Gate, 2016. URL: https://www.researchgate.net/publication/304055227.

3. Mihal'chuk D. Empatiya i virtual'naya real'nost': tonkaya vzaimosvyaz' i vliyanie na obshchestvo [Empathy and Virtual Reality: Subtle Interconnection and Impact on Society]. URL: https://teslasuit.io/blog/empathy-virtual-reality/ (data obrashcheniya: 01.02.2021).

4. Daft R. Teoriya bogatstva mediavozmozhnostej [Media Richness Theory]. URL: https://media-inform.com/6847376/1/teoriya-bogatstva-mediavozmozhnostey.html (data obrashcheniya: 01.02.2021).

5. Milk C. Virtual Reality as a Way of Total Empathy: TED. URL: https://www.ted.com/

talks/chris_milk_how_virtual_reality_can_create_the_ultimate_empathy_machine?language=ru (data obrashcheniya: 03.02.2021).

6. De La Pena N. The Future of News? Virtual Reality: TED. URL: https://www.ted.com/talks/nonny_de_la_pena_the_future_of_news_virtual_reality/transcript?language=ru (data obrashcheniya: 05.02.2021).

7. VR-proekt «Mekhanika autizma» RIA-Novosti [VR-project «Mechanics of Autism» RIA News]. URL: https://ria.ru/20181108/1532191512.html (data obrashcheniya: 06.02.2021).

8. VR-proekt «Slepye v bol'shom gorode» RIA-Novosti [VR-project «Blind in the big city» RIA News]. URL: https://ria.ru/20190130/1550092823.html (data obrashcheniya: 07.02.2021).

9. Segovia K. Virtually True: Children's Acquisition of False Memories in Virtual Reality. Media Psychology. 2009. № 12. P. 371–393.

10. Zaki D. Na storone dobra. Sila empatii v razroznennom mire [On the Side of Good. The Power of Empathy in a Shattered World]; perevod s angl. E. Petrovoj. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2020. 300 p.

11. Eveleth R. The Limits of Empathy. URL: VR Experiences: How Technology Aims to Teach Empathy | Topic (data obrashcheniya: 06.02.2021).

12. Ewalt D. Defying Reality: The Inside Story of the Virtual Reality Revolution. Blue Rider Press, 2018. 288 p.

13. Bloom P. Against Empathy: The Case for Rational Comparison. New York: Post Best Book, 2016. 320 p.

14. Bernejs E. Inzheneriya soglasiya: nauchnaya stat'ya [Consensus Engineering] // *Polis. Politicheskie issledovaniya*. 2013. P. 122–131.

15. Madari M. Real'naya virtual'nost'. Eticheskij kodeks. Rekomendacii po nadlezhashchej issledovatel'skoj praktike i sovety pol'zovatelyam tekhnologij virtual'noj real'nosti [Real Virtuality. Code of Ethics. Good Research Practice Guidelines and Tips for Virtual Reality Users], 2016.

16. Kodeks professional'noj etiki rossijskogo zhurnalista [Code of Professional Ethics for a Russian Journalist]; prinyat Kongressom zhurnalistov Rossii 23.06.1994 goda, g. Moskva. URL: http://docs.cntd.ru/document/901854413 (data obrashcheniya: 08.02.2021).

17. Bajchik A.V. Mezhdunarodnye standarty professional'noj etiki zhurnalista: uchebno-metodicheskoe posobie [International Standards of Professional Ethics of a Journalist: a Training Manual]. SP.: SPbSU, 2012. 102 s.

18. Proekt «Virtual'naya real'nost' Organizacii Ob'edinennyh Nacij»: Krizis sirijskih bezhencev [United Nations Virtual Reality Project: The Syrian Refugee Crisis]. URL: http://unvr.sdgactioncampaign.org/cloudsoversidra/#.YDZX7-omyUm (data obrashcheniya: 10.02.2021).

19. Osipovskaya E.A. Igrovoe mediaprostranstvo mul'timedijnyh angloyazychnyh SMI: novye tendencii v zhanroobrazovanii: dis. ... kand. filol. nauk [Gaming Media Space of Multimedia English-Language Media: New Trends in Genre Education: Dissertation of Cand. Philol. Sc.]. M., 2016. 191 s.

Anna V. Krasavina – associate professor of Department of Journalism, Advertising and Public Relations, South Ural State University (Chelyabinsk), e-mail: krasavinaav@susu.ru

Anna N. Shasheva – master's degree student of Department of Journalism, Advertising and Public Relations, South Ural State University (Chelyabinsk), e-mail: anechkatisha@mail.ru

Received May 24, 2021

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Красавина, А. В. Эффекты и риски иммерсивной журналистики: технологический и этический аспекты / А. В. Красавина, А. Н. Шашева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2021. – Т. 21, № 3. – С. 95–102. DOI: 10.14529/ssh210312

FOR CITATION

Krasavina A. V., Shasheva A. N. Effects and Risks of Immersive Journalism: Technological and Ethical Aspects. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2021, vol. 21, no. 3, pp. 95–102. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh210312