

# 虚拟现实新闻的现实瓶颈与未来可能

魏婉琳

(华东师范大学 传播学院, 上海 200241)

**摘要:** 虚拟现实技术作为一项先进的新兴数字技术, 近年来被运用于新闻生产之中, 在新闻移动客户端大放异彩。本文通过分析澎湃新闻的“全景现场”专栏和《纽约时报》的 NYT VR 客户端的典型案例, 探讨虚拟现实新闻的定义范畴、发展瓶颈与未来意义, 为“互联网+”背景下传统媒体的转型提供理论参照。

**关键词:** VR; 虚拟现实新闻; 数字出版

**中图分类号:** G21

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1672-8122 (2016) 08-0025-02

《2014-2015 中国数字出版产业年度报告》在移动端产品可视化、多维化创新方面指出, “很多新闻客户端, 通过图文、短视频、动画、动漫、游戏等形式呈现新闻报道, 实现了一维到多维, 可读可视的服务转换”<sup>[1]</sup>。2014 年开始, VR 技术被运用于国内外新闻移动客户端之中。本文从定义范畴、发展瓶颈与未来意义对由此产生的虚拟现实新闻进行探讨, 通过分析典型案例, 为“互联网+”背景下传统新闻媒体的数字化转型提供理论参照。

## 一、虚拟现实新闻的定义范畴

VR (Virtual Reality, 即虚拟现实) 是在是拉尼尔 (Jaron Lanier) 在 20 世纪 80 年代初提出的一种可以创建和体验虚拟世界的计算机仿真系统。它利用计算机生成一种模拟环境, 是一种多源信息融合的交互式三维动态视景和实体行为的系统仿真, 使用户沉浸到该环境中<sup>[2]</sup>。当 VR 技术被运用于新闻领域, 产生“VR+新闻”的传媒文化产品便可以称为虚拟现实新闻。然而在具体的呈现形式上, 学界对于虚拟现实新闻的范畴有不同的理解。有“虚拟现实教母”之称的南加州大学安纳伯格传播与新闻学院的 Nonny de la Peña 于 2010 年在 MIT Journal 上发表论文, 首次使用沉浸式新闻 (Immersive Journalism) 的概念定义使用虚拟现实技术制作的新闻, 称沉浸式新闻为“一种使观众能够对新闻中的故事或者场景获得第一人称视角体验的新闻生产方式”<sup>[3]</sup>。部分学者则扩充了虚拟现实新闻的内涵。如袁素文在《虚拟现实: 传统文本报道的叙事延伸》将《新京报》制作的一系列“动新闻”视频视为虚拟现实新闻。这些“动新闻”运用 3D 建模和 flash 动画技术模拟新闻事件和深度分析, 不存在特殊沉浸效果。虽然有学者提出, 虚拟现实应包括观众“与虚拟情景的非交互式体验”<sup>[4]</sup>。但笔者认为, 虚拟现实技术强调人机之间的交互互动, 除一般计算机技术所具有的视听感知外, 还包括运动感知、方向感知等多种感知才能达到用户第一视角的沉浸式体验, 与一般意义上的动画视频存在较大区别, 扩大范畴不利于深入地探究这一新技术对文化产业的影响。因此, 笔者采用“沉浸式新闻”这一概念定义虚拟现实新闻。

## 二、虚拟现实新闻国内外发展瓶颈

国际上, 《纽约时报》、CNN 等主流媒体率先开展虚拟现实与新闻的融合项目。2015 年 11 月 16 日《纽约时报》推出首个专业虚拟现实新闻客户端 NYT VR, 采用新闻纪录片形式, 聚焦全球性的重要议题, 包括战争、环境、恐怖主义等。截至 2016 年 6 月, 已发布 15 条虚拟现实新闻作品。在国内, 澎湃新闻从 2014 年 5 月开设“全景现场”专栏, 进行静态全景和全景视频新闻的发布。但虚拟现实新闻在内容质量、技术限制、盈利模式和伦理标准上仍存在着很大的发展空间。

1. 内容质量: 新闻价值不可忽视。在虚拟现实新闻的实践中存在技术创新掩盖新闻价值的现象。由于重大新闻事件十分有限, 后期制作的耗时耗力, 新闻选择倾向于清晰度高、接近性强的内容, 造成新闻价值的时新性、重要性、显著性不足。如澎湃“全景现场”中大量科普类和展览类内容, 如南太平洋活火山活动、醍醐寺艺术珍宝展等专业主题, 简单 360°全景不如电视纪录片讲解清楚。5 月 10 日的醍醐寺珍宝展全景新闻, 游客和展品展柜静态画面清晰度差, 用户关心的展览主题和珍稀展品缺乏介绍, 缺乏新闻价值体现的报道便成为单纯的 VR 体验。而 5 月 23 日的《抢修上海中环》报道采用“全景图像+细节图片+文字标签”形式清晰介绍了立交桥下、受损路面、肇事车辆的情况, 全面且重点鲜明地解释了事件的成因和影响, 使用户第一时间足不出户便掌握事故现场状况, 理解中环线关闭的缘由, 虽然 VR 技术使用不成熟, 但就用户体验和反馈而言是一次成功的典范。

新闻价值是“事实本身包括的引起社会各种人共同兴趣的素质”<sup>[5]</sup>, 当 VR 日渐成熟和普及, 如何让新闻价值借助新技术更好地体现出来而不是被新技术掩盖, 是业界必须重视的问题, 也是数字新闻获得流量、成功转型的关键。

2. 技术: 用户体验需要加强。虚拟现实新闻希望给用户带来身临其境的体验, 但是在现有的技术水平下, 真实感的副作用是部分用户的不适。在 VR 全景新闻中, 早期在球形画面的边缘处和图像拼接处不可避免地存在画面变形的问题, 以及“虚拟感受与现实感受之间的冲突”<sup>[3]</sup>, 使初步使用者

收稿日期: 2016-07-26

作者简介: 魏婉琳, 女, 华东师范大学传播学院传播学系编辑出版学专业, 主要从事新媒体、数字出版、图书营销研究。

会产生眩晕感。此外,可穿戴式设备产生的热量和对颈椎的压迫导致用户无法进行长时间观看,阻碍了VR技术在新闻直播方面的发展。2015年10月13号,CNN与NextVR公司合作直播民主党总统候选人的竞选辩论,近1小时的直播使不少观众无法忍受头盔的闷热和沉重。用户体验是所有新科技运用都要不断研究和完善的问题。虚拟现实设备近年来开始不断便携化,笨重的头盔被轻便的数码眼镜代替。VR拍摄和剪辑技术正在改善,已出现不需后期拼接的全景拍摄设备。新闻媒体在技术领域不应无视,但也不可亲力亲为。“术业有专攻”,比较明智的做法是与技术公司合作,NYT VR采用Vrse公司的拍摄剪辑技术,向用户发放性价比高的谷歌纸板眼镜(Google Cardboard),将自身的强大采编能力与技术公司的高精尖前沿成果融合,有效地短时间扩大用户规模并收获良好口碑。

3.新闻伦理:新标准急需制定。虚拟现实技术提供了新的新闻叙事模式,也带来了人们的忧虑——虚拟现实是不是对新闻真实性的挑战和破坏?李普曼(Walter Lippman)曾说“我们所见到的事实取决于我们所站的位置和眼睛的习惯”<sup>[6]</sup>，“媒介世界”不等同于“现实世界”，无论是文字、图片还是VR视频，都不可避免地存在着信息传递过程中的失真。而新闻工作者与科学家的任务，就是通过采编水平和技术水平的提高，尽可能把失真的可能性降到最小以剔除人为影响来保证报道的客观准确。因此，笔者认为虚拟现实新闻虽名为“虚拟”，但与一般的文字新闻、图片新闻没有本质上的区别。不可否认虚拟现实技术对新闻真实性提出了进一步的要求，传统的新闻伦理已经不能完全适合于虚拟现实新闻。虚拟现实中的声音、影像和图片是否必须来自实地录制或拍摄？视频音频应以什么标准选择和剪辑？目前都没有业界公认的行业标准规范。虚拟现实新闻在给予用户极强的真实感体验的同时，也使得新闻的编辑手法更加隐秘。不同于接受文字、图片信息的间接感受，VR有可能诱使用户在“第一视角”中将新闻报道等同为事实真相，而成为操控公众认知的“更加隐蔽和强大的工具”<sup>[7]</sup>，造成假新闻难以甄别。因此，业界需要在实践中对虚拟现实新闻的制作规范形成共识。

4.产业经济:寻找最佳盈利模式。一直以来,报业采用“二次售卖”模式,依靠丰厚的广告营利补贴采编、印刷成本。然而从2014年开始,我国报纸广告收入“断崖”式下降。数字化转型的努力却伴随着高额成本和不明晰的盈利模式。虚拟现实新闻的制作成本高昂,NYT VR《无家可归者》制作成本高达每分钟10万美元,因此NYT VR至今无法形成周期性推送。传统新闻业与技术平台的合作,如澎湃和THETA理光景达合作,NYT VR与Vrse公司合作,容易导致利益分配问题。但新技术也带来商业广告的创新,浸入式、全景式体验吸引广告商在移动客户端投放虚拟现实广告。澎湃为一汽大众全新奥迪发布了一条车展全景新闻,NYT VR则是将广告融入报道。由mini冠名的《真实记忆》(Real Memories)片头是两人驾驶一辆mini cooper的场景,用户视角位于车的后座,可以细致观察车内各种配置,这一切都是在观看新闻的过程中完成的。

### 三、未来发展虚拟现实新闻的意义

据《第37次互联网发展报告》显示,截至2015年12月,

我国网络新闻用户规模为5.64亿,网民使用率为82%,其中手机网络新闻用户4.82亿。可见网络新闻已成为即时通信和搜索引擎之外的第三大互联网应用,而以新闻移动端为代表的手机网络新闻将成为未来新闻业的主力军。

1.发展虚拟现实新闻是未来网络新闻市场的需要。伴随着用户规模不断扩张和市场格局日趋明朗,潜在用户开发成本日益增长,业内竞争压力增大,未来手机网络新闻必然脱离跟风发展,进入残酷的市场淘汰阶段。从国家政策而言,国务院出台数字出版产业集群战略,将形成一些规模化的专业协作和融资能力的集群企业。根据波特五力模型,潜在的新进入者的威胁降低,积累大批用户的有影响力的手机网络新闻品牌出现。由于互联网信息的海量特点,“促使网络新闻更加重视内容质量和个性化精准推荐”<sup>[8]</sup>,而这些品牌也有足够能力通过提高技术手段来巩固市场地位。

2.发展虚拟现实新闻是新闻业不断创新的必然趋势。当新闻从“抓取一切”走向“深潜”,VR技术突破传统新闻的篇幅限制,囊括几乎所有细节。墙壁上的弹孔,地上的纸片,货车上的青瓜都被事无巨细地记录并表现。未来的虚拟现实新闻会提高清晰程度,加强复现能力,扩大信息含量,通过技术优化融入新闻实践中去,将新闻价值的表现力和感染力提升一个层次。当新闻从强调大众到强调个性,由“客观新闻学”向“对话新闻学”的演进。虚拟现实新闻的第一人称“沉浸+参与”完成新闻观众与新闻内容的深度互动。在NYT VR《人在塔尖》(Man on Spire)中,建筑爱好者可以观察纽约新世贸大厦的建筑结构,探险爱好者可以研究主人公攀爬技巧,摄影爱好者可在大厦顶端俯瞰纽约清晨到夜晚的壮丽景色。虚拟现实新闻为用户主动选择观察视角并对新闻事件作出个性化判断提供了可能。虚拟现实新闻在日后将从单纯的技术运用转为更加成熟的技术融合,作为新兴的新闻类型成为手机网络新闻的生力军。而我国应抓住机遇,扶持传统新闻业与优质技术商进行产业协作,创新VR采编技术,抢占市场,推动数字出版产业发展。

#### 参考文献:

- [1] 2014-2015 中国数字出版产业年度报告[EB/OL].中国数字出版信息网.  
<http://www.cdpi.cn/xzx/toutiaoyaowen/20151207/14163.html>.
- [2] VR:百度百科[EB/OL].<http://baike.baidu.com/link?url=xu6kC1fzRiOuRfJcvyixqYLIK5nFvMrOryQEQRmTR3tlURa9NzOmPE0OWH0xxup2JcHgSsALTGhFTnYCKjD-wkHcIWwBbIGHxqhVDajCbK>.
- [3] 张珊珊.虚拟现实新闻的现在与未来[J].新闻界,2016(3):14-20.
- [4] 袁素文.虚拟现实:传统文本报道的叙事延伸——以《新京报》对“东方之星”客船倾覆事件报道为例[J].现代视听,2015(11):43-49.
- [5] 李良荣.新闻学概论[M].复旦大学出版社,2013:343.
- [6] 刘涛,王宇明.新媒体背景下全景化新闻报道探析[J].今传媒,2013(2):105-107.
- [7] 常江.虚拟现实新闻:范式革命与观念困境[J].中国出版,2016(10):8-11.
- [8] 中国互联网络信息中心(CNNIC).第37次中国互联网络发展状况统计报告[R].北京:中国互联网络信息中心,2016:57.
- [9] 陈力丹.新闻理论十讲[M].复旦大学出版社,2008:61-63.
- [10] 李骏.NYT VR:虚拟现实新闻报道的始作俑者[J].传媒评论,2016(4):26-28.
- [11] 赵金.VR新闻及对媒体融合转型的启示[J].青年记者,2016(13):49-51.
- [12] 史安斌,张耀钟.虚拟/增强现实技术的兴起与传统新闻业的转向[J].新闻记者,2016(1):34-41.

[责任编辑:思涵]