

新媒介技术正改变与增强新闻传媒

——基于 VR 技术、AR 技术及 MR 技术的考察

彭 立 彭 沛

[摘要] 当下,VR(虚拟现实)技术、AR(增强现实)技术以及将至的 MR(混合现实)技术等新媒介技术,正给新闻业带来许多新的传播和接受方式。未来的新闻传播,或在其传播理念、表现形态、叙事模式、接受效果等方面,将会随着 VR 等新媒介技术的推广及运用而获得更大的改观和延展。

[关键词] 新媒介技术;浸入式新闻;新闻传媒;感知与体验

中图分类号:G210.7

文献标识码:A

文章编号:1004—3926(2016)10—0153—05

作者简介:彭立(1958—),男,重庆市人,西南民族大学文学与新闻传播学院教授,研究方向:大众传播、影视艺术;彭沛(1988—),男,四川成都人,成都体育学院新闻系教师,研究方向:大众传播、体育新闻。四川 成都 610041

自有新闻业以来,人们一直在不断努力为新闻的传播及接受尝试新的媒介(体)形式或呈现方式,以期达到一种新鲜、独特或另类的接受效果。在这个意义上讲,新闻传媒包括它的传播与接受,无论是在纸质时代、电子时代或互联网时代,始终含有一种基于技术的从认知到感知、从观看到体验的媒介“审美冲动”。

每个时代有每个时代的新闻内容,每种媒介也有每种媒介的新闻形式。有一句话说得非常到位:虚拟现实正在创造互联网接下来的演变。在当下,VR(虚拟现实)技术、AR(增强现实)技术以及将至的 MR(混合现实)技术等新媒介技术(可简称“3R 技术”)所带来的新闻传播和接受方式的变化,近年来在新闻传播的实操领域或理念层面可谓是承前启后、此起彼伏,给人以许多的惊叹和无尽的迷思。对此,我们应当予以积极的观察与思考。

一、VR 等新媒介技术的发展

早在 20 世纪 80 年代,被尊为“VR 之父”的杰伦·拉尼尔(Jaron Lanier)就提出了“虚拟现实技术”的概念,而那时互联网尚未诞生。由于虚拟现实技术自身的缺陷在当时无法很好地解决,因此这项技术在很长的一段时间内只能停留在实验室阶段。30 多年之后,随着科技的进步,尤其是个人电脑技术以及手机技术的不断发展与成熟,VR 技术开始应用并进入大众消费市场。

2015 年 8 月,ABC(美国广播公司)推出了“ABCNews VR”这一新闻报道项目,“第一个虚拟现实的新闻报道在叙利亚首都大马士革进行,ABC 的新闻用户可以‘亲临’叙利亚,在新闻中看到叙利亚的风景、街道、路人等等,感受真实的叙利亚当地情况,而这些都是报纸、电视、网络媒体等新闻源做不到的,虚拟现实技术让人们得到了‘亲临叙利亚战区’才能获得的沉浸式体验。”^[1]在 ABC News VR 的网页页面上,写着这样一句话:“ABC News VR 将新闻叙事带到另一个高度。虚拟现实新闻将推开一扇让体验者任何时间即刻到达任意地点的无边界的门。”^①以上这句话其实也正是基于 VR 技术制作的新闻的理念。

另一家美国著名的老牌新闻媒体《纽约时报》,在其 165 年的历史里一直是传统媒体的代表。在传统媒体在新媒体的不断进攻下显得不知所措的时候,《纽约时报》在坚持其传统方式的新闻报道的同时,也在努力尝试着新的新闻传播模式。2015 年 11 月 6 日,《纽约时报》推出了一款手机 APP 应用“NYT VR”,这是世界上第一款虚拟现实(Virtual Reality)新闻报道的应用。“NYT VR 运用第一人称视角深度报道的技巧,《纽约时报》已经制作了 5 部新闻作品,影片利用扣人心弦的故事,逼真的视觉效果,将观众与那些故事中的人物以及场景融合在一起,可以 360 度视角观看视频。”^[2]随着《纽约时报》的投入试验,全世界的各

大新闻媒体很多都在建设自己的VR新闻团队,试图在这项新兴领域占得一席之地,成为其转型的原动力。因此,VR新闻的理念也不断深入日常生活中,包括前不久在北京成功举行的全国“两会”,都已经国内媒体在使用VR录像设备来制作一部分VR新闻。

VR技术的投入使用带来了“浸入式新闻”这一全新的传媒理念。所谓“浸入式新闻(immersive journalism)是虚拟现实范畴内的一个新兴领域,就是以第一人称的视角进行新闻报道或是播放纪录片,它使用了3D游戏和虚拟现实技术给使用者创造了一种‘存在感’,能够使其亲身经历事件发生的过程。”^[3]VR技术和新闻相结合,能够带来在新闻事件所发生的现场进行360度观察的第一人称真实视角。“与其只是观看发生在地球另一端的一场抗议活动的媒体报道,不如坐在自家客厅中使用VR设备亲自来到事件的发生地”,^[4]这是以往的平面新闻媒体不能带给我们的一种对于新闻的新体验。当新闻的体验者使用VR设备时,观者就会进入到所设定好的另一个视觉和听觉的空间,就像进入了一个真实的梦境一样。VR技术设备中所设定的新闻情景将会极大地影响体验者的情绪和感受,因此带了独特的“浸入式体验”,产生令人难以置信的真实感。

原先的新闻传播不管是传统的纸质媒体、电视媒体还是较为新颖的互联网2.0,其承载内容的介质即报刊纸张或电子屏幕,其新闻内容的受众都是在一个平面上进行内容的交互,因此可以看作是二维空间的新闻体验。而VR技术所带来的新闻浸入式体验,则将原来的二维空间转变为了三维空间,新闻的受众在一个立体空间中,以第一人称视角来感知新闻。这种新的新闻模式只能以划时代的进步来形容。当然,“VR想成为主流的媒介还有很长的路要走,但可以肯定的是,它确实代表了未来新闻报道的一大方向。”^[5]

当VR技术日渐成熟的时候,另一种“虚实结合”的技术——AR技术(增强现实技术)也被创造了出来。AR技术作为VR技术的延伸,其技术的重点在于将VR技术所创造的虚拟环境加以还原,即“通过引入多层次的数字信息,对真实事物进行丰富与完善,从而实现虚拟与现实之间‘实时的无缝接合’。”^[5]从2010年《今日美国》等媒体率先使用AR应用软件(Junaio)来辅助新闻报道,其后从《纽约时报》的应用软件“图片动态”(Au-

rasma),再到2012年8月国内《成都商报》的“拍拍动”,数十家国内外新闻机构纷纷开始使用这项技术来辅助新闻报道。作为VR技术的延伸,AR技术在理论上可以更为真实地还原新闻事件的本身,但由于其制作手段更为复杂,目前还不太适合制作时效性较强的新闻报道,因此尚处于起步阶段。

就在VR技术日渐成熟、AR技术已经起步的同时,另外一种凌驾于这两种技术之上的新型技术目前已经在实验室被创造了出来,这就是所谓的“MR技术”(混合现实技术),即叠加在真实世界上的虚拟现实。从许多方面看来,它将比原有的合成影像虚拟现实(VR)更为强大。一直致力于推广MR技术的Magic Leap公司在2014年获得了来自于美国谷歌公司5.5亿美元的投资。“Magic Leap将虚拟现实和增强现实技术结合起来,希望能够创造出全新的‘混合现实’体验,这种所谓‘混合现实’的实现方式,并不像常规的增强现实和虚拟现实一样依赖于笨重的头戴设备(比如Oculus Rift、HoloLens)。Magic Leap的做法是通过更小型的设备(阿伯维兹的原话是‘小型电脑’)用作计算核心,用目前人们还无法想象的视网膜投影技术来进行显示。”^[6]如果真如Magic Leap公司所宣传的那样,MR技术完全有能力颠覆人类对于影像的接收体验,甚而有实验研究指出,“混合现实”(MR)将成为人类的终极媒介。

可以说,无论是“虚拟现实”技术,还是“增强现实”技术,抑或是“混合现实”技术,因由“3R”新媒介技术所带来的传媒变革,正在以一种符合科技发展或人文发展逻辑的姿态向我们走来。从大众传播理论上看,这种新媒介现象可以说是再次印证了麦克卢汉“媒介是人的延伸”,即“任何媒介都不外乎是人感觉能力的扩展或延伸”的著名论断。

二、新媒介技术改变并增强新闻传媒

可以肯定的是,借助于VR等新媒介技术之力,未来的新闻传播在一种“内容的形式化”或“形式化的内容”层面上,势将发生可预或不可预的诸多改变。有研究指出,“VR技术的核心特征可以归纳为‘3I’即:沉浸(Immersion)、互动(Interaction)和想象(Immigration)。”^[5]这种种改变,若从大众传播学的角度去审视,应该说主要体现在新闻传播构成的六个基本要素上,即何地where、何时when、何事what、何因why、何人who以及怎样

how 等上。

由 VR 等新媒介技术所带来的浸入式新闻,之所以被称为“浸入式”,就是在于 VR 等设备直接接管了受众的视觉和听觉,将之与外界的环境相隔离,受众将以第一人称的视角,了解到新闻发生的过程,这个过程虽然是在此之前已经制作好的,但是由于受众拥有视角选择的权利,因此其接收新闻的过程比以往任何的新闻传播媒体都有更大的自由度。甚至可以这样理解,VR 等新媒介技术正是改变了受众接收新闻过程的方式方法从而引发了新闻传播的革命。

报纸类的新闻,对新闻的发生地点的报道所传达的信息十分有限。尤其是报纸在报道一些外国的新闻,如果此新闻发生在一些不太著名的地区或城市,就算报纸在旁边利用有限的版面配上新闻发生地的地图或照片,所能带给观众的信息还是十分有限,无法产生新闻的“代入感”。而继之后的电视或者互联网新闻,可以带来新闻发生地点的视频图像,但是由于视频的拍摄者一般将纪录镜头的主视点聚焦在新闻事件本身,因此缺少了对新闻发生地点环境的交代。由此,新闻的受众只能被动地去了解新闻,而不能去感受新闻本身。而新闻的发生,它所处的环境一定十分重要,比如近期关于叙利亚战争方面的报道,政府军与武装份子在上千年的文物古迹旁边进行战斗,如果抛开环境的因素,这只是一种普通的武装冲突,但是由于发生的地点在那些千年的文物古迹旁边,新闻的背后就会带来更多的思考,比如人类为了一己私利不断在摧毁自己的历史等。如果以上的新闻使用了 VR 等新媒介技术去制作,新闻的受众就会以第一人称来近距离感受这场冲突,受众的重点也许就不会是冲突的参与者,而是被毁坏的文物古迹。这样,新闻本身的解读意思也就随之发生了改变。

新闻发生的地点不同,所带来的新闻感受就不同。其实新闻发生的地点不同还直接作用于新闻的发生时间就有了差别。我们人类居住的地球是一个巨大的球体,因此不同经度或纬度的新闻都会存在时间的差别。中国与美国的时差就在 12 个小时左右,美国晚上发生的新闻,通过电视或者网络传播到中国,中国的新闻受众是在白天的环境下接收的。比如近期美国奥兰多枪击案,突发在美国的凌晨时间,枪手在夜幕下疯狂施暴,尽管电视或者互联网能够带来现场的一些图片或者

视频片段,但中国的新闻受众仍然无法切身领会到当事受害者在夜幕下的无助感。如果使用 VR 等新媒介技术来制作一段浸入式的新闻报道,中国的新闻受众就可以从白天一瞬间来到奥兰多的夜幕下,亲眼看到特警在现场帮助受害者、亲耳听到警笛声等,由此可以亲身体验到这种恐怖的氛围。那么这种新闻带给新闻受众的震撼是可想而知的。

可以毫不夸张地说,VR 等新媒介技术带来的浸入式新闻极大地扩大了新闻报道“何事 what”的内容。任何新闻报道,不管是纸面媒体新闻还是互联网新闻,其一定是围绕着新闻事件具体发生了什么来进行描述。通过 VR 等新媒介技术受众进入到浸入式新闻中来,视觉和听觉直接与其真实世界相隔离,进入到由 VR 设备所创造的世界中,受众可以全方位 360 度地去选择自己观看新闻事件的视角,相当于对新闻所发生的事件进行二度“创作”。当然这也对 VR 新闻的拍摄和制作提出了新的挑战,新闻受众的视角是自由的,因此如何将受众的注意力引导到新闻事件的重点上面来,这将是未来新闻报道亟待研讨的问题。

何因往往是一条新闻中最有意思的部分,是受众最想了解的新闻问题的解答。人们在日常看报纸或电视类新闻时,此类新闻限于篇幅或时长限制,有时不能把新闻的前因后果一一列出。互联网新闻之所以现在能够大幅度增长,其特性之一在于互联网新闻具备之前的新闻媒体所不具备的关于新闻事件的超链接信息。互联网新闻的受众在阅读新闻时,不仅仅停留在本条新闻内容上,还可以通过点击其超链接,找到其他的关于此新闻的相关报道或者类似的新闻事件。因此,互联网新闻的自由度可以说极大地增强了。但互联网新闻的内容还是固定的,观众无法就内容本身进行选择。而 VR 等新媒介技术带来的浸入式新闻,受众自己用第一视角去感受新闻,因为不同的受众感知新闻内容的顺序与角度各不相同,所以受众对沉浸式新闻所传达的新闻本身的因果关系也会存在不同的接受程度。

在 VR 等新媒介技术介入的浸入式新闻中,与传统新闻传播相比,其最大的区别可以说就是对“何人 who”的转变。以往的新闻,不管是平面媒体新闻还是互联网新闻,受众永远都与新闻中的人物和事件存在不同空间与不同时间的隔断,受众被动地接受新闻内容,新闻制作者的认识与情

感也主导了受众的直接观点。而VR等新媒介技术创造出了浸入式新闻以后,当受众使用VR等设备进入到虚拟的新闻事件中,开始用第一人称的视角观察新闻时,此时的时间和空间是统一的,即完全真实再现了当时新闻事件发生的环境。同时,受众可以选择自己的观看视角,把自己当成新闻事件的现场旁观者,可以拥有一部分自己的主观判断能力,这将改变“何人who”的传播方式。

简而言之,在VR技术、AR技术或MR技术等新媒介技术的介入下,与过去的传统媒体相比,对于新闻事件的传播而言,哪里发生重大新闻事件,你都可以瞬间成为新闻的现场目击者,新闻不再是用来“观看”的,而是用来“感知”和“体验”的,同时或许再也没有传统新闻的那种单一不变、不可存疑的内涵、意义与解读。

三、前景:有待于更深入的观察与思考

可以预期的是,未来的新闻传播,或在其传播形态、接受方式、叙事模式、接受效果等方面,都将随着VR等新媒介技术的推广及运用而获得更大的改观和发展,这亦是传统媒体运用“互联网+”模式实现融合发展的难得机遇。所以,VR等新媒介技术将会对新闻传播产生何种显在或潜在的影响,有待于人们进一步的深入观察与积极思考。

在传播形态上,VR等新媒介技术对于新闻传媒的介入以及演进的轨迹,从传者到受者、从代入到浸入、从认知到感知、从观看到体验、从真实到虚构再到真实+虚构、从虚拟现实到增强现实再到混合现实、从事件到情节、从场景到情景、从二维到三维、从广角到全景、从真实到真实感、从线性结构到非线性叙事、从原画复原到情景再现、从他在现场到我在现场……如此这般的媒介延伸,无一不体现出“媒介是人的延伸”之大趋势。

在接受方式上,VR等新媒介技术让受众获得“我在现场”的体验。VR等新媒介技术极大地提升了新闻的“接近性”和“相关性”等要素,从而能够吸引更多用户的关注。当今的新闻媒体,越来越重视受众的体验地,新闻媒体通过不断得到用户的体验反馈信息来改进自身。可以这样说,任何一种媒体只有不断加强其受众良好的体验,才能维持老用户、发掘新用户。VR等新媒介技术带来的浸入式新闻体验,将是一种颠覆传统媒体的体验,将传统媒体中受众单方面接收信息转变为受众主动寻找信息。受众在浸入式新闻中,会产

生真实的“感知”体验,这将大大拉近受众与新闻本身的距离。

在叙事模式上,VR等新媒介技术的叙事逻辑是从受众的视角出发,这使得他们不再是新闻事件的“局外人”或“旁观者”,而是居于该新闻事件的“中心”地位。由于通过VR等新媒体技术制作的浸入式新闻由原来传统新闻的客观视角,转变为了前所未有的主观的/第一人称视角。因此,传统新闻的叙事模式一定会发生大的改变。例如在传统新闻中,有时候为了渲染新闻的气氛,会使用一定的篇幅来对新闻发生环境进行一定的描述。而在浸入式新闻中,由于受众已经置身于此新闻的场景中,视觉和听觉均可以主动接收信息,因此不需要再额外对新闻中的环境进行描述。

在接受效果上,VR等新媒介技术使新闻变得新颖而生动,或带有鲜明“游戏体验”色彩。VR等新媒介技术可以将新闻发生的整个过程带给受众。受众在其浸入式新闻体验中,可以自由选择自己的视角;加上VR新媒介技术可以对新闻本身进行二次加工与制作,因此浸入式新闻将具有一定的“游戏化”特征。这种交互式的“游戏化”体验将极大地提高新闻接受的趣味性,可以吸引更多的年轻用户。因此,近几年,一些老牌的新闻机构比如《今日美国》、《纽约时报》等都在大力推进其VR等项目。

与此同时,由VR等新媒介技术所带来的新闻,如同每一种技术的进步都会伴随着需要解决的问题一样,也会存在一些令人迷思的问题。

一个核心诘问是:在VR等新媒介技术环境中,人们所看到的新闻究竟是不是真正的“客观现实”?真实是新闻的生命。从古至今,新闻的第一要求就是真实,其容不得半点虚假和伪造。VR等新媒介技术创造了一个虚拟的或虚拟+现实的合成或半合成影像的新闻世界,让受众可以“身临其境”地去体验新闻。这种独特的“浸入式体验”,会产生令人难以置信的真实感。但是,也正是这个“虚拟世界”中的新闻,引发了人们对于新闻的“真实性”的争议。新闻的本质在于其真实性的体现,是对于新闻本身的真实还原,如果新闻都可以用VR等新媒介技术去创造,那么新闻本身的真实性就存在可操作性。比如,由VR技术带来的新闻,其本身算是“虚拟现实”,一定会参杂一定的后期制作与加工,那么如何保证新闻本身的真实可靠性就是3R新媒介新闻必须解决的问题。众所周

知,新闻事件内容的“真实”与由技术手段所带来的新闻感知的“真实感”,无疑是有着主客观之别的。换句话说,尽管我们的知(感)觉是真实的,但这并不意味着那被知(感)觉的就一定是真实的物体。

目前的VR等新媒介技术制作的新闻对相关的信息接收者而言其投入成本较高,因此使用此等技术在制作新闻时对新闻题材的取舍值得所有新闻传播的从业者深思。因为受众如果想要体验VR等新媒介技术所带来的新闻,必须拥有一定的符合VR等新媒介技术规范的硬件设备。比如现在最便宜的VR硬件设备是Google Cardboard(谷歌纸板),这是由几块硬纸板加上双透镜以及磁铁等组成的简易VR装置。受众将其组装成型之后,插入已经安装好配套APP的手机,就可以观看VR内容。但是由于VR技术自身的特殊性(超高分辨率以及运动追踪),真正能够完整提供适合VR体验的设备不仅稀少而且价格较为昂贵,比如售价600美元的Oculus Rift或者售价800美元的HTC Vive。此外,受众还需要一台功能强大的电脑用来解析VR视频,这同样是一笔不小的花费。所以,相比之下,当前VR等新媒介技术发展最快的领域其实还不是新闻传播领域,而是能够马上带来巨大经济利益的影视制作、电子游戏等领域。

在VR等新媒介技术用于影像制作的初步实践尝试中,尽管已经显示出了新技术带来的突出魅力,但是也不断暴露了诸多的缺陷与遗憾,“例如VR视角的各种限制,使得影片从编剧、导演、摄影到后期制作都提出了与传统制作方法截然不同的新要求。更直接地增大了创作的难度,使得眼下的VR影视作品极难做出较长的篇幅。而且,独特的VR视角也极易让观众产生视觉疲劳,VR影片也并不适合长时段大作品。如果从这个角度而言,短平快的新闻倒是十分适合VR的应用。”^[7]传统媒体的新闻报道样式多是线性结构、事实与信息的条块堆砌,并配合文字、图片、音频、视频等

多种媒介手段进行辅助,以对事件进行尽可能忠实的复现,而使用VR等新媒介技术来拍摄新闻,通过引入多层次的数字信息,对真实事物进行延展、丰富与完善,这将是一种全新的尝试。由于其有全方位无死角以及不能出现拍摄者等技术指标,因此对此类新闻的前期拍摄与后期制作的要求大大提高,同时还存在着制作周期过长以及制作经费偏高等实质性问题。如果这些问题无法顺利解决,那么新闻的时效性就无法保证,根本无法成为主流的新闻类型。

注释:

①原文为:ABC News VR takes storytelling to the next level. Virtual reality news has opened the door to boundless possibilities allowing viewers to be anywhere we were at any time.

参考文献:

- [1]赵青晖. ABC推出VR新闻报道,让你亲临战争区域[EB/OL]. 雷锋网, 转自 <http://www.leiphone.com/news/201509/4M9kQFVy8eGR5XhI.html> (2015-09-17 16:32).
- [2]李骏. NYTVR虚拟现实新闻报道的始作俑者[J]. 传媒评论, 2016(4).
- [3]曼恒数字. 沉浸式新闻——虚拟现实技术再现新闻事件现场[EB/OL]. 转自 <http://www.gdi.com.cn/?p=3486&catid=106> (2014-11-16 17:29).
- [4]Thomas McMullan, Immersive journalism: The future of reporting or an ethical minefield, Alphr, 2015(6).
- [5]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).
- [6]品玩网. 最神秘的“混合现实”公司 Magic Leap, 即将让Oculus和HoloLens变成小儿科[EB/OL]. <http://www.pingwest.com/magic-leap-mixed-reality-will-be-alive-soon/> (2015-10-22 15:33).
- [7]搜狐科技. 刚刚讲过·科技:VR热怎能错过新闻业——搜狐科技[EB/OL]. <http://it.sohu.com/20160502/n447308724.shtml> (2016-05-02 22:48:46).

收稿日期 2016-07-10 责任编辑 吴定勇