

وقتی واقعیت مجازی و خبرنگاری تلفیق می‌شوند

گزارش‌های خبری شاید برای لحظه‌ای فردی را تکان دهند و او را شاد و یا غمگین سازند، اما هرگز نتوانسته‌اند احساس واقعی موقعیتی که گزارش از آن تهیه شده را در فرد ایجاد کنند، کاستی که رویکردی به نام خبرنگاری فراگیر می‌تواند آن را جبران کند.



همشهری آنلاین: گزارش‌های خبری شاید برای لحظه‌ای فردی را تکان دهند و او را شاد و یا غمگین سازند، اما هرگز نتوانسته‌اند احساس واقعی موقعیتی که گزارش از آن تهیه شده را در فرد ایجاد کنند، کاستی که رویکردی به نام خبرنگاری فراگیر می‌تواند آن را جبران کند.

براساس گزارش BBC، خبرنگاری فراگیر رویکردی است که می‌تواند با بهره‌گرفتن از واقعیت مجازی، مخاطب را در موقعیتی قرار دهد که گزارش از آن تهیه شده است.

رویدادهای خبری همواره تحت تاثیر بعد مسافت قرار دارند و همین دوری نسبت به مخاطب می‌تواند از بار احساسی آنها کاسته و میزان درک حقیقی مخاطب از رویدادها را کاهش دهند و به این شکل از شدت اهمیت آنها نیز کاسته خواهد شد. اما تلفیق تکنولوژی واقعیت مجازی با خبرنگاری می‌تواند اثرگذاری روی مخاطبان را با ایجاد حسی مشابه حس حضور در صحنه وقوع خبر، افزایش دهد.

نانی دلپنا محقق مدرسه خبرنگاری آنبرگ دانشگاه کالیفرنیا جنوبی با ترکیب خبرنگاری سنتی با تکنولوژی بازی فراگیر رایانه‌ای قصد دارد گونه‌ای جدید از خبرنگاری را برای تاثیرگذاری بیشتر روی مخاطب خلق کند. وی و تیمش صدا و تصویر گزارش مورد نظر را ضبط کرده و سپس با تلفیق این اطلاعات، صحنه گزارش را به صورت بصری بازسازی می‌کنند.

سپس مخاطب عینک واقعیت مجازی به چشم خواهد زد، ابزاری که می‌تواند موقعیت مخاطب را در اتاق ردیابی کرده و حرکات آنها را در راستای صحنه‌هایی که در برابر چشم می‌بینند، ترجمه کند. برای مثال در مستندی درباره سوریه، دلپنا مخاطب را در میان خیابانی قرار داده است که در آن بمبی منفجر می‌شود، به این شکل مخاطب می‌تواند ترسی که در اثر این انفجار بر محیط القا می‌شود را کاملاً احساس کند. پس از آن مخاطب به منطقه سکونت آوارگان برده می‌شوند تا از نزدیک وضعیت آنها را به صورت مجازی مشاهده کند.

دلپنا می‌گوید مخاطبان نسبت به این نوع گزارش‌های واقعیت مجازی واکنش‌های شگفت‌انگیزی نشان داده‌اند و برخی از آنها به شدت احساساتی شده‌اند.

به گفته وی این تکنولوژی حضوری دوگانه را در مخاطب ایجاد می‌کند، او از سویی می‌داند که در موقعیت گزارش اصلی قرار ندارد و از سویی دیگر به واسطه آنچا چشمانش می‌بینند و به مغزش القا می‌کنند، احساس می‌کند که در آن موقعیت قرار دارد. این تجربه‌ای بسیار درونی است که تمام بدن در آن دخیلند، تجربه‌ای که با تجربه شنیدن اخبار در رادیو و دیدن آن در تلویزیون بسیار متفاوت است.