

Тематичні групи та особливості формату «відео-360 °» Youtube-каналу National Geographic

Анацька Г.Ю., Кирилова О. В.

У даній статті розглянуто VR-контент Youtube-каналу National Geographic за період з жовтня 2016 р. по січень 2018 р.

Було проаналізовано такі відео: «Новозеландська печера світлячків» («Glow Worm Caves of New Zealand»), «Зустріч з великою акулою-молотом» («Great Hammerhead Shark Encounter»), «Антарктида – неочікуваний сніг» («Antarctica – Unexpected Snow»), «Виверження вулкану на Камчатці» («Kamchatka Volcano Eruption»), «Занурення у екосистему нафтової установки» («Dive Through an Oil Rig Ecosystem»), «Плавання з ведмедями» («Swimming With Bears»), «Водоспад Вікторія – басейн диявола» («Victoria Falls – The Devil’s Pool»), «Антарктида – подорож крізь лід» («Antarctica – Journey Through The Ice»), «Водоспад Вікторія – каньйони низу» («Victoria Falls – The Canyons Below»), «Каньйон Брайс» («Bryce Canyon»), «Підводний Національний парк» («Underwater National Park»), «Метелики-монархи у 3D» («3D Monarch Butterflies»), «Піднімаючись гігантами» («Climbing Giants»), «Гігантські секвої на планеті, що змінюється» («Giant Sequoias on a Changing Planet»), «Захисники: прогулянка у взутті рейнджера» («The Protectors, Walk in the Ranger’s Shoes»), «Небезпечне медове полювання» («Dangerous Honey Hunting»), «Школа орангутангів» («Orangutan School»), «Битва вікінгів» («Viking Battle»), «Довгий шлях додому» («The Long Road Home»), «Наживо з «Марсу» («Live from «Mars»»), «Геній» («Genius»), «Той, що ходить по крилу» («Wingwalker»).

У ході дослідження було виокремлено п’ять тематичних груп відео-360°: «Природа», «Людина та природа», «Персона», «Подія» та «Промо». Також розглянуто структуру відео та їх особливості. Результати свідчать про те, що VR-контент Youtube-каналу National Geographic має певні структурні та тематичні особливості. Результати мають практичне значення, так як вони можуть бути використані для подальшого вивчення як VR-контенту National Geographic зокрема, так VR-контенту в цілому.

Ключові слова: National Geographic; відео-360°; Youtube; імерсивна журналістика; доповнена реальність.

*Kyrylova O., Candidate of Philological Sciences (Ph. D.),
Associate Professor,
e-mail address: kyrylova_o@fszmk.dnulive.dp.ua.
Anatska H., Graduate Student,
e-mail address: anatskaya02@ukr.net,
tel.: +380685738014
Oles Honchar Dnipro National University,
13, Naykova Str., Dnipro, 49050, Ukraine*

*Кирилова О. В., канд. філол. наук, доцент,
електронна адреса:
kyrylova_o@fszmk.dnulive.dp.ua.
Анацька Г. Ю., магістр,
електронна адреса: anatskaya02@ukr.net,
тел.: +380685738014
Дніпровський національний
університет імені О. Гончара,
вул. Наукова 13, Дніпро, 49050, Україна*

1. Вступ

Постановка проблеми. З 2012 р. журналістика робить крок уперед та відкриває для себе нові можливості. Це пов'язано з розвитком високих технологій, а саме – технологій віртуальної реальності. Поява імерсивної журналістики відкриває нові можливості для засобів масової інформації, такі як привабливості більшої аудиторії, нові рекламні можливості та інше. Головною її перевагою є занурення в історію на максимальному рівні.

Науковці переконані, що «з розвитком технологій мультимедіа суттєво розширилися можливості комплексного передавання даних та вражень про подію. Формат лонгриду максимально наблизив вербалізований текст до імерсивної практики. Залучення технологій віртуальної, доповненої та змішаної реальностей до творення новинного контенту перетворило імерсивність з жаданого ідеалу на щоденну практику взаємодії з аудиторією» [1].

«National Geographic» також почав використовувати технології віртуальної реальності для створення свого контенту. Частина цього контенту знаходиться на офіційному Youtube-каналі «National Geographic». Станом на листопад 2017 р., цей канал має 6 800 475 дописувачів, 8931 відео, із них 25 у форматі 360° [2].

25 серпня 2016 р. National Geographic представив свій перший VR-досвід під назвою «*Through the Ages: President Obama Celebrates America's National Parks*» [3]. Відео було створене зазначеним ресурсом разом із Felix & Paul Studios та Oculus та опубліковано на сторінці «National Geographic» у мережі Facebook, де його переглянули станом на початок січня 2018 р. більше 700 тис. разів. За основу взято історію про прогулянку колишнього президента Сполучених Штатів Америки Барака Обами разом із родиною на День батька Йоземітським парком. Починаючи з 18 жовтня 2016 р. на офіційному Youtube-каналі з'являються мальовничі відео у форматі 360°.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням віртуальної реальності у ЗМІ займаються такі науковці як Nonny de la Peña (2010, 2016), представники Tow Centre Raney Aronson-Rath, James Milward, Taylor Owen та Fergus Pitt (2015), а також Patrick Doyle (2016), Mitch Gelman (2016) та Sam Gill (2016). Аспекти залучення практик VR до формування імерсивного контенту вивчаються європейськими та американськими дослідниками: Sameer Kishore, Xavi Navarro, Eva Dominguez, Mel Slater (2016), Ricardo Cruz, Ricardo Fernandes (2011). Нюанси імерсивної деонтології розглянуто в праці Hollis Kool (2016). Серед вітчизняних науковців питання застосування VR-технологій в медіа піднімали І. Мацишина (2017), О. Хворостина (2017), О. Кирилова (2016, 2017), Т. Бондаренко (2016) та ін.

Мета статті – виокремити тематичні групи VR-контенту на Youtube-каналі «National Geographic» та розглянути їх особливості.

Об'єкт дослідження – VR-контент на Youtube-каналі «National Geographic».

Методи дослідження. VR-контент Youtube-каналу «National Geographic» <https://www.youtube.com/channel/UCpVm7bg6pXKo1Pr6k5kxG9A> проаналізовано з точки зору головних структурно-тематичних ознак. Для визначення типотворчих елементів проаналізовано контент відео-каналу з позначкою 360° за період 2016–2018 рр. За допомогою порівняльного методу було окреслено структурні особливості різних тематичних груп відео-360° «National Geographic».

2. Результати й обговорення

Тематично VR-контент каналу «National Geographic» можна розділити на п'ять груп: «Природа», «Людина та природа», «Персона», «Подія» та «Промо» (далі у дужках вказано кількість проаналізованих відео кожної групи):

1. Природа (14). «Новозеландська печера світлячків» (“Glow Worm Caves of New Zealand”), «Зустріч з великою акулою-молотом» (“Great Hammerhead Shark Encounter”), «Антарктида – неочікуваний сніг» («Antarctica – Unexpected Snow»), «Виверження вулкану на Камчатці» («Kamchatka Volcano Eruption»), «Занурення у екосистему нафтової установки» («Dive Through an Oil Rig Ecosystem»), «Плавання з ведмедями» («Swimming With Bears»), «Водоспад Вікторія – басейн диявола» («Victoria Falls – The Devil’s Pool»), «Антарктида – подорож крізь лід» («Antarctica – Journey Through The Ice»), «Водоспад Вікторія – каньйони знизу» («Victoria Falls – The Canyons Below»), «Каньйон Брайс» («Bryce Canyon»), «Підводний Національний парк» («Underwater National Park»), «Метелики-монархи у 3D» («3D Monarch Butterflies»), «Піднімаючись гігантами» («Climbing Giants»), «Гігантські секвої на планеті, що змінюється» («Giant Sequoias on a Changing Planet») [2] – це відео-360°, які відзняті у мальовничих куточках нашої планети.

У назві відображено сюжет відео. Ресурс «National Geographic» здебільшого спеціалізується на науці та природі, не дивно, що найбільша кількість відео знаходиться саме у цій тематичній групі.

Тривалість роликів становить від 1,5 до 5 хвилин. Використовуються текстові вставки, які відображають довідкову інформацію, а також допомагають зорієнтуватися, куди краще подивитися. Так, наприклад, у відео «Great Hammerhead Shark Encounter» з'являється надпис «Поверніться», якщо глядач у даний момент часу дивиться в протилежну сторону. Після повороту він бачить акулу перед самим обличчям.

Для інформаційної складової у відео тематичної групи «Природа» використовуються елементи доповненої реальності, закадровий голос та їхнє поєднання. Відео мають музичний супровід, починаються заставкою з логотипом «National Geographic» та закінчуються титрами.

2. Людина та природа (3). До цієї тематики можна віднести такі відео: «Захисники: прогулянка у взутті рейнджера» («The Protectors, Walk in the Ranger’s

Shoes»), «Небезпечне медове полювання» («Dangerous Honey Hunting»), «Школа орангутангів» («Orangutan School») [2]. У цих відео розповідається про взаємодію людини з природою.

«The Protectors, Walk in the Ranger's Shoes» – це короткометражний документальний VR-фільм, у якому розповідається про день із життя рейнджера Національного парку Гарамба у Демократичній Республіці Конго (Африка) [4]. Рейнджери часто стають останньою лінією оборони слонів від рук бракон'єрів, які вбивають тварин заради бивнів та кісток. Фільм був створений спільними зусиллями оскароносного режисера Кетрін Бігелоу та VR-творця Імрана Ісмаїла в партнерстві з африканськими парками, National Geographic Channel, Annapurna Pictures та Here Be Dragons – одними з провідних новаторів в області сферичного кіновиробництва.

У відео «Dangerous Honey Hunting» йдеться про останнього у своєму поселенні «мисливця» за медом на ім'я Маулі [5]. Він збирає галюциногенний червоний мед, який має цілющі властивості та цінний на чорних ринках Азії. Без будь-якого захисного оснащення, Маулі проводить увесь день на висоті у сотні метрів над землею на бамбуковій мотузці, зробленій власноруч, у той час, як його оточує розлючений бджолиний рій. Так як із розвитком технологій змінюється і природний ландшафт таких диких місць, ця древня традиція знаходиться під загрозою.

У відео під назвою «Orangutan School» дія відбувається у індонезійському заповіднику у лісах Борнео. Його співробітники готують осиротілих дитинчат орангутангів до дорослого життя в умовах дикого лісу [6].

3. Подія (1). До цієї тематики можна віднести відео під назвою «Битва вікінгів» («Viking Battle»). Це інформаційний сюжет про масштабну історичну реконструкцію епічного бою вікінгів на Фестивалі слов'ян та вікінгів у Воліні (Польща), у якому взяли участь близько 600 осіб, озброєних сокирами та мечами [7].

4. Промо (5). Добірка, у якій відео-360° випущені як реклама до серіалів та фільмів виробництва «National Geographic». До неї відносяться такі підгрупи: «Довгий шлях додому» («The Long Road Home»), «Наживо з «Марсу» («Live from «Mars»), «Геній» («Genius»).

«The Long Road Home» (3). Це три відео – «Прямуючи в засідку» («Heading Into an Ambush»), «Момент, який зламав його пам'ять» («The Moment That Broke His Memory»), «Батько на війні» («A Father at War»).

3 7 листопада 2017 р. «National Geographic» запустив міні-серіал «The Long Road Home» [8] на основі однойменного бестселеру Марти Раддац, що містить вісім епізодів. Це серіал про події 4 квітня 2004 р., так звану «Чорну неділю», коли в іракському місті Садр військовий загін потрапив у засідку. На відміну від попередніх природничих та наукових сюжетів, даний проект присвячено військовому протистоянню.

За тиждень до виходу першого епізоду серіалу на каналі «National Geographic» опубліковано відео-360° «Heading Into an Ambush» як промо-ролик у формі оповіді сержанта першого класу Ерік Буркін про трагічні події «Чорної неділі».

На наступний день після прем'єри першого епізоду з'являється друге відео-360° «The Moment That Broke His Memory». Його герой, сержант Карл Вайлд, страждає на посттравматичний стресовий розлад та провали у пам'яті. Він розповідає про те, що може згадати про «Чорну неділю» та намагається знайти свої втрачені спогади.

Третє відео з'явилося на Youtube-каналі «National Geographic» 15 листопада 2017 р. Воно має назву «A Father at War». У ньому молодий батько, сержант Бенжамін Хейхерст розповідає, як через кілька днів після його прибуття до Іраку була влаштована засідка і він опинився перед дитиною-солдатом.

Відео цієї тематичної підгрупи мають тривалість до 6 хвилин. Структурно відео складають такі елементи:

- назву – «A Virtual Reality Series. The Long Road Home: Memories of War»;
- попередження про те, що відео містить матеріали, які можуть бути важкими для деяких глядачів;
- логотип «National Geographic»;
- основну частину – відео;
- заключну частину, у якій дублюється назва відео «A Virtual Reality Series. The Long Road Home: Memories of War», логотип National Geographic з підписом «Ви – ветеран або стурбовані про когось? Гаряча лінія для ветеранів тут, щоб допомогти», а також сайт та номер телефону довіри;
- титри.

У зйомках цих відео задіяні реальні люди, які брали участь у описуваних подіях. Використовувалися зйомки міста Садр, художнє відтворення подій, комп'ютерні спецефекти. Відео мають музичний супровід.

«Live from «Mars». 14 листопада 2016 р. на каналі «National Geographic FX» відбулася прем'єра шестисерійного міні-серіалу «Марс» [9]. Це докудрама, основана на науково-фантастичній книзі Стефана Петраніка «Як ми будемо жити на Марсі». У ній розповідається про першу експедицію космічного корабля у 2033 р. з метою створення людського поселення на Марсі. Шостий епізод першого сезону вийшов 19 грудня 2016 р. Вже 13 січня 2017 р. «National Geographic» анонсував другий сезон.

5 вересня 2017 р. «National Geographic» проводить прямий ефір «Live from «Mars» на сторінці «National Geographic TV» у Facebook [10]. Це 360°-тур по знімальному майданчику другого сезону «Марса» у Будапешті (Угорщина). Актори Клементін Пуадац та Семмі Ротібі виступили гідами по ньому. Вони разом із творцями серіалу провели екскурсію по декораціях. У глядачів була можливість

задавати питання. Загалом ефір, який тривав майже 35 хвилин, подивилося 198 тис. глядачів (дані на кінець 2017 р.).

«Genius». 25 квітня 2017 р. на каналі «National Geographic» стартувала історична драма «Геній» [11], яка розповідає про життя Альберта Ейнштейна. Одночасно із виходом четвертого епізоду серіалу 16 травня 2017 р., на Youtube-каналі «National Geographic» з'являється 45-секундний трейлер до серіалу.

5. Персона (2). До цієї тематичної групи відносяться дві частини відео «Той, що ходить по крилу» («Wingwalker»). Їх героїнею стала Керол Пілон – артистка аерошоу, а також перша та єдина жінка, яка ходить по крилу реактивного літака з пропелером [12].

3. Висновки

На сьогодні VR-контент є досить перспективним доповненням до традиційного контенту ЗМІ. «National Geographic» також використовують його для підвищення інтересу до свого звичного контенту.

Він використовується і як самостійний продукт просто для перегляду, і як додатковий. VR-контент допомагає промоушену власних серіалів «National Geographic» та створює додаткове занурення у історію, якщо поєднувати його зі статтями та відео однієї теми.

References

1. Kurylova, O. (2017), "Immersive journalism: the experience of world news sources", *Visnyk Dnipropetrovs'kogo Universytetu. Serija «Socialni komunikacii» [Dnipropetrovsk University Bulletin: Social Communications] [Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Seriya Sotsial'ni Komunikatsiyi]*, vol. 25, no 12, issue 17, pp. 51–57, available at: <https://vesnik-fszmk.dp.ua/index.php/FSZMK/article/view/104> (accessed 28 November 2017).
2. Youtube.com (2017), "National Geographic", available at: <https://www.youtube.com/channel/UCpVm7bg6pXKo1Pr6k5kxG9A> (accessed 28 November 2017).
3. NationalGeographic.com (2016), "Introducing the First Virtual Reality Experience Featuring President Obama", available at: <http://press.nationalgeographic.com/2016/08/25/introducing-the-first-virtual-reality-experience-featuring-president-obama> (accessed 28 November 2017).
4. Walkinginrangersshoes.com (2016), "The Protectors", available at: <http://www.walkinginrangersshoes.com> (accessed 28 November 2017).
5. Synnott, M. (2017), "The Last Death-Defying Honey Hunter of Nepal", *National Geographic*, no 7, available at: <https://www.nationalgeographic.com/magazine/2017/07/honey-hunters-bees-climbing-nepal> (accessed 28 November 2017).
6. White, M. (2016), "Inside the Private Lives of Orangutans", *National Geographic*, no 12, available at: <https://www.nationalgeographic.com/magazine/2016/12/orangutans-behaviors-borneo-sumatra> (accessed 28 November 2017).
7. Pringle, H. (2017), "What You Don't Know About the Vikings", *National Geographic*, no 3, available at: <https://www.nationalgeographic.com/magazine/2017/03/vikings-ship-burials-battle-reenactor> (accessed 28 November 2017).

8. NationalGeographic.com (2017), "The Long Road Home", available at: <http://channel.nationalgeographic.com/the-long-road-home/> (accessed 28 November 2017).

9. NationalGeographic.com (2016), "Mars", available at: <http://channel.nationalgeographic.com/mars> (accessed 28 November 2017).

10. NationalGeographic.com (2017), "Explore Life on «Mars» in Our 360° Video Tour", available at: <https://news.nationalgeographic.com/2017/09/mars-national-geographic-channel-tv-show-tour-360-video> (accessed 28 November 2017).

11. NationalGeographic.com (2017), "Genius", available at: <http://channel.nationalgeographic.com/genius> (accessed 28 November 2017).

12. Cope, S. (2017), "The Last Wingwalker", *BuzzFeed*, Jan 5, available at: https://www.buzzfeed.com/suzannecope/up-in-the-air-with-carol-pilon-americas-last-great-wingwalke?utm_term=.crn63Dbvq#.fy5JLd8jR (accessed 28 November 2017).

13. De la Peña, N., Friedman, D., Llobera, J., Sanchez-Vives, M., Slater, M., Spanlang, B. and Weil, P. (2010), "Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news", *Presence: Teleoper. Virtual Environ*, vol. 19, issue 4, pp. 291–301, available at: www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/PRES_a_00005.

Anatska H., Kyrylova O. Thematic Groups and Features of National Geographic's VR-content

The article provides the research regarding the VR-content on National Geographic's Youtube-channel within October 2016 - January 2018. The thematic groups of video-360o were distinguished, with further studying its structure and features.

The following videos were analyzed: «Glow Worm Caves of New Zealand», «Great Hammerhead Shark Encounter», «Antarctica - Unexpected Snow», «Kamchatka Volcano Eruption», «Dive Through an Oil Rig Ecosystem», «Swimming With Bears», «Victoria Falls – The Devil's Pool», «Antarctica - Journey Through The Ice», «Victoria Falls - The Canyons Below», «Bryce Canyon», «Underwater National Park», «3D Monarch Butterflies», «Climbing Giants», «Giant Sequoias on a Changing Planet», «Viking Battle», «The Long Road Home», «Live from «Mars», «Genius», «Wingwalker».

The research described and analyzed the thematic features and their structural peculiarities of the VR-content of the National Geographic YouTube channel. The method of observation is used to identify thematic groups and structural features. Using the comparative method, the structural features of various thematic groups of the video-360o National Geographic were outlined.

The research results indicate that the VR content of the Youtube-channel can be categorized into thematic groups. It also shows that VR-content is becoming popular and the world media use it in various thematic aspects. Also the results indicate that National Geographic uses VR-content for advertising its own products.

In the course of the study, five thematic video-360o groups were singled out: «Nature», «Man and Nature», «Person», «Event» and «Promo». The structure of the video and their features are considered. The results indicate that the National Geographic Youtube channel's VR content has certain structural and thematic features. The research has practical implications for the subsequent study of VR-content development, since they can be used to further study both the National Geographic VR-content in particular and the VR content in a whole.

Keywords: *National Geographic; video-360°; Youtube; immersive journalism; augmented reality.*