

ченных в социальный пакет, главная дирекция телеканала «Беларусь 5» обеспечивает подготовку и организацию всех спортивных трансляций на других каналах медиахолдинга («Беларусь 1» и «Беларусь 2»).

Общий объем потенциальной аудитории телеканала «Беларусь 5» в сетях кабельного и IP-телевидения можно оценить в 2,5–2,7 млн домохозяйств (6,75–7,3 млн человек). С точки зрения социальных характеристик телеканал рассчитан на разновозрастную и разнополую аудиторию. Социологический портрет зрителей телеканала «Беларусь 5» – представители различных социальных групп, преимущественно мужская часть населения.

#### *Литература*

1. Послание к белорусскому народу и Национальному собранию Республики Беларусь 19 апреля 2013 г. Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.bgam.edu.by\\_Poslanie\\_Presidenta\\_Rerspubliki\\_Belarus](http://www.bgam.edu.by_Poslanie_Presidenta_Rerspubliki_Belarus) (19.04.2013).pdf. – Дата доступа : 11.09.2017.
2. Текущий архив Белтелерадиокомпаний. – Минск, 2014.

**Денис Валянский**

*Белорусский государственный университет*

## **ПАНОРАМНОЕ ВИДЕО И VR: ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ В АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ СМИ**

Полвека назад общество пришло к научно-технической революции, одним из признаков которой стало многократное ускорение научно-технических преобразований. Время от зарождения идеи до ее физического воплощения сократилось в несколько раз, поэтому конечные пользователи тех или иных технологий не всегда успевают за прогрессом. Это обусловлено как психологическими, так и экономическими факторами. Неофобия – весьма распространенное явление, которое становится причиной нежелания взрослых обучаться новым технологиям, несмотря на перспективы оптимизации и автоматизации рабочих процессов. К экономическим факторам относится дороговизна новейших технических средств и решений, вследствие чего немногие редакции могут позволить себе их регулярное обновление при производстве контента. Тем не менее технологии VR (Virtual Reality) и 360-градусный видеоконтент стали в 2017 г. трендовым явлением, на которое обратили внимание крупные производители аудиовизуального медиаконтента и рекламы. В условиях достаточно невысокой конкуренции на белорусском рынке

аудиовизуальных СМІ пока сложно говорить о необходимости скорейшего освоения данных технологий, но в среднесрочной перспективе такая необходимость обязательно появится.

Впервые идея представления видео в панорамном формате была реализована на рубеже 1950–1960-х гг., а в 1964 г. Станислав Лев упоминал схожую технологию в философско-футурологическом трактате «Сумма технологии» [1]. Уровень научного и технологического развития не позволял быстро производить и воспроизводить подобные видеофрагменты, поэтому сложные и габаритные разработки Sensorama, Eye Tap и HMD «Sword of Damocles» не получили широкого распространения. Все изменилось в 2012 г., когда на краудфандинговой платформе Kickstarter проект Oculus собрал 2,5 млн долларов. Благодаря финансированию Oculus выпустил портативный VR-сет, с которым в домашних условиях мог разобраться рядовой потребитель. Разработки Oculus заинтересовали Facebook, который в скором времени купил компанию за 2 млрд долларов. Разработкой собственных VR-шлемов занялись технологические гиганты Sony и Microsoft. Желая повторить успех Oculus, десятки небольших компаний вышли на краудфандинг с собственной версией шлема. Вместе с аппаратными решениями появилось программное обеспечение, которое упрощало «склейку» фрагментов видео.

Стоит упомянуть, что понятия «360-градусное видео» и VR не являются тождественными. Сферическое панорамное видео является одним из элементов и включается в технологии VR наряду с объемным звуком, контроллерами и датчиками движения. Главная особенность VR заключается в обмане органов чувств человека и моделировании цифровой реальности с максимальным погружением. Телевидение и рекламная индустрия осваивают в большей степени сферическое видео, в то время как производители компьютерных игр делают ставку на полное погружение игрока в создаваемую цифровыми средствами реальность.

В 2015 г. сервис YouTube первым запустил возможность размещать и просматривать панорамные видео [2]. Вслед за Youtube такую функцию предоставил пользователям Facebook. Еще на этапе подготовки к запуску технологии рекламодатели увидели перспективы в абсолютно новом способе продвижения, поэтому первое сферическое видео на Facebook появилось в рамках промо-кампании к фильму «Звездные войны: Пробуждение силы». Специалисты аналитического агентства Juniper Research подсчитали, что доходы только в области продажи VR-устройств в 2016 г. достигли 5 млрд долларов, а к 2021 г. прибыль от

продажи VR-устройств и связанного с ними программного обеспечения составит не менее 50 млрд долларов. Столь высокая прогнозируемая прибыль ведет к тому, что VR-технологии начинают активно внедряться в ежедневный обиход, больше людей хотят ощутить эмоции от погружения в виртуальную реальность. С учетом того факта, что популярность телевидения в последние годы падает, частичная переориентация на создание VR-продукта поможет привлечь новых зрителей.

Одна из перспективных идей – размещение камер, которые способны снимать в формате 360 градусов, на стадионах, съемочных площадках и в студиях. Подобные трансляции сложно режиссировать, но телезритель в шлеме виртуальной реальности сможет действительно ощутить «эффект присутствия». С таким форматом в 2016 г. экспериментировало информационное агентство Associated Press. Журналисты снимали репортажи на специальные камеры, которые позволяли на монтаже сделать сферическое видео. Так, читатель мог виртуально оказаться в самой гуще событий и в большей степени проникнуться историей. Возможность осмотреться во время воспроизведения, приблизить изображение и поставить на паузу – это те интерактивные элементы, которых не хватает современному новостному вещанию. Несмотря на технологическую новизну, уже сегодня журналисты в редакциях могут снимать, монтировать и выкладывать в сеть сферические видео без помощи технического персонала и с минимальными затратами на покупку и обслуживание оборудования. В белорусских СМИ технология панорамного 360-градусного видео пока не получила широкого распространения, но уже используется в редакциях информационных порталов TUT.by и Onliner.by. На телевидении VR-технологии внедрять проблематично и экономически нецелесообразно, но в сегменте интернет-вещания реализацию отдельных VR-проектов можно ожидать в обозримом будущем.

#### *Літэратура*

1. Язневич, В. Фантоматика Станислава Лема / В. Язневич // Компьютерная газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nestor.minsk.by/kg/2000/03/kg00309.html>. – Дата доступа : 10.09.2017.
2. WIRED.COM // YouTube's Grand Plan to Make VR Accessible to Everybody [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.wired.com/2015/11/youtube-360-virtual-reality-video/>. – Date of access : 11.09.2017.