

沉浸式新闻（VR/AR）： 演进历程、创新路径及行业影响

董卫民

（浙江传媒学院新闻与传播学院，浙江杭州 310018）

摘要：沉浸式新闻以虚拟现实技术为依托，是基于沉浸传播的一种互联网新闻形态，在目前新闻生态中，尚属于“试验品种”；中国的沉浸式新闻发展演进历程以21世纪第二个10年为开端，以“沉浸”和“临场”为基本特征。它通过人机交互技术应用手段，在新闻呈现方式、内容生产和接收模式上进行创新探索，为深度报道、新闻教育和媒体融合等带来新的行业发展机遇。但是，对于新技术驱动下的沉浸式新闻而言，其未来发展固然可期，“具身”而来的“虚拟现实与客观现实”悖论，也制约着它的健康发展。

关键词：沉浸式新闻；演进历程；创新路径；行业影响

中图分类号：G210.7

文献标识码：A

文章编号：2096-8418 (2021) 04-0041-07

沉浸式新闻以虚拟现实（Virtual Reality，简称VR）技术为依托，是VR在数字新闻领域的新应用，是基于沉浸传播的一种新闻形态。“沉浸传播（Immersive Communication）是一种全新的信息传播方式，它是以人为中心、以连接了所有媒介形态的人类大环境为媒介而实现的无时不在、无处不在、无所不能的传播。它是使一个人完全专注的、也完全专注于个人的动态定制的传播过程。它所实现的理想传播效果是让人看不到、摸不到、觉不到的超越时空的泛在体验。”^[1]一般来讲，沉浸式新闻有虚拟现实和增强现实（Augmented Reality，简称AR）两种。

虚拟现实技术理念兴起于20世纪60年代的美国，到20世纪80年代，被尊为“VR之父”的杰伦·拉尼尔（Jaron Lanier）正式提出Virtual Reality概念，认为通过计算机仿真系统创建的虚拟世界，“用户可以沉浸在计算机生成的三维虚拟环境中，从自己的主观视角出发与其进行互动，并产生一种‘身临其境’的代入感。其‘复制世界’的核心特征可以归纳为‘3I’，即沉浸（Immersion）、互动（Interaction）和想象（Imagination）”^[2]。因为虚拟现实技术所营造的“虚拟世界”与现实世界存在疏离，20世纪90年代后，在虚拟现实技术基础上，增强现实技术被研发出来，“AR技术并不是用计算机模拟的‘环境’来取代现实世界，而是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’”^[3]。AR在这个层面上，可以说是VR的新发展与补充。虚拟现实技术早期一直被应用于军事、航空航天、医疗等领域；进入21世纪后，VR/AR很多技术难关被破解，其笨重的头显、单一的功能和复杂的操作转向设备轻便、操作便捷、功能繁多，在移动互联网技术加持下，逐步被应用到新闻传播领域。美国早期沉浸式新闻产品如《新闻周刊》的深度报道VR《饥饿洛杉矶》，《得梅因纪事报》的纪实报道《丰收的变化》，Vice杂志制作的《纽约百万人大游行》VR报道，及ABC与Jaunt公司合作推出的VR纪录片《亲临叙利亚》等，这些产品围绕“体验”建构新闻叙事，体现了沉浸式新闻“新闻即体验，所见即发生”^[4]的总体特征。

一、中国沉浸式新闻演进历程及特征

(一) 演进历程

作为虚拟现实、人工智能等科技驱动下的沉浸传播形态之一,沉浸式新闻也是互联网新闻发展史上争议性很大的新闻形态,目前尚属于“试验品种”;中国沉浸式新闻演进历程以 21 世纪第二个 10 年为开端,大致与西方同步。

(1) 兴起。2012 年 8 月《成都商报》推出“拍拍动”应用,这是中国沉浸式新闻兴起的标志性事件。“拍拍动”使用 AR 技术,用户打开软件,将摄像头对准报纸、户外广告等媒介上的指定图片,待缓冲完毕后,点击屏幕中的播放按钮,即可观看特定内容。2013 年始,新华社、人民日报社、央视等“头部”主流媒体,及网易、新浪等网络媒体纷纷试水 VR 新闻,尝试“VR+新闻”;AR 叠加新闻和定位新闻,也走进新闻生产者的视野,虚实互嵌的阅视体验,让业界和新闻受众对这个崭新的新闻样态充满想象。

此后,中国沉浸式新闻逐步发展。比如 2015 年 6 月《新京报》新媒体中心、新华社等媒体连续发布 3D 模拟视频,利用虚拟现实技术复原“东方之星”客船倾覆事件;《人民日报》首次引进全景 VR 设备制作“9·3”阅兵 VR 全景视频;9 月,财新传媒与联合国、中国发展研究基金会联合发布 VR 纪录片《山村里的幼儿园》预告片;12 月,腾讯新闻用航拍 VR 技术报道深圳滑坡事故;同月,搜狐新闻宣布与国内虚拟现实引领者暴风魔镜合作,在新闻报道及传媒领域引入 VR 技术,沉浸式新闻的全场景新闻呈现和非线性新闻结构特质基本形成。

(2) 值得关注的 2016 年。2016 年,传统主流媒体与主流门户网站纷纷在沉浸式新闻上发力,比如《人民日报》2016 年春运期间用 H5 形式制作 10 分钟 VR 视频,呈现一对四川农民工夫妇从北京回乡的过程;《人民日报》客户端对“两会”进行 VR 直播;央视使用 AR 技术制作了《南海仲裁案 FAQ》;央视网首次对“体坛风云人物颁奖典礼”进行 360 度全景视频直播。5 月 6 日,新华网 VR/AR 频道上线。财新传媒 2016 年春运期间推出 VR 纪录片《离聚——2016 春运纪实》;2016 年“两会”期间,新浪网推出 VR 全景报道 H5 互动产品《人民大会堂全景巡游》……沉浸式新闻第一人称的叙事视角在 2016 年被充分调动,用户的沉浸体验被进一步激发。

(3) “全景战疫”。抗击“新冠肺炎”的全民“战疫”中,沉浸式新闻成绩斐然。其中颇具代表性的产品,如 2020 年央视特别推出的“全景看战疫前沿”报道,该报道通过 VR 技术,360 度还原“抗疫”前线场景,给用户带来丰富的“沉浸”与“临场”体验。沉浸式新闻对重大突发事件的报道,经过“全景战疫”锤炼,提升到一个新境地,VR/AR 抗疫报道成为中国沉浸式新闻生产实践的重要一页。

(二) 基本特征

沉浸式新闻“借助虚拟现实技术,生产者创造出一个可以令新闻用户‘进入’和‘参与’的空间,并以新闻中的当事人(或参与新闻过程的报道者,或亲历新闻事件的人物)为第一视角完成叙事,配合独特的场景和声效设计,从而令用户获得特定的感受、体验乃至情绪,进而放大新闻事件在心理层面对用户的影响力。”^[5] 作为一个崭新的新闻样态,中国的沉浸式新闻也在演进历程中逐步形成、完善“沉浸”与“临场”两大特征。

(1) 沉浸。保罗·莱文森(Paul Levinson)指出:“一种媒介的存活系数,与前技术的人类交流环境的接近程度有直接关系。一切媒介的进化趋势都是复制真实世界的程度越来越高,其中一些媒介和真实的传播环境达到了某种程度的和谐一致。”^[6] 人类媒介发展史就是不断通过艺术或技术还原、复现现实的历史,是技术驱动下人的自主性不断延展的历史。就新闻传播而言,传统新闻一直把受众置于

被动地位，他们是新闻事件的旁观者、目击者，外化于媒体和新闻，很少成为“亲历者”，人所面对的也是媒体“楔入在人和环境之间的虚拟环境”^[7]，其自主性被淹没或抑制。沉浸式新闻借助VR/AR技术，以“第一人称视角”，与虚拟环境“破界”融合，把受众“代入”现场，“浸入”故事，从而与新闻叙事获得互动，建立理解和认知。

（2）临场（身临其境）。沉浸式新闻的临场感，是通过虚拟技术把受众“代入”新场景，产生“身临其境感”。“临场”与“沉浸”是共生的，有“沉浸”，才能“身临其境”，冲破受众与新闻之间的“藩篱”，获得与新闻故事的“共情”，从传统新闻生产中的旁观者，变成新闻故事的体验者，乃至参与者、制造者。“沉浸”体现的是新闻（故事）信息对用户的“包裹”，“临场”则是与“包裹”程度成正比的多感知、交互性、想象性体验，沉浸程度越高，临场感越强。目前技术下，沉浸式新闻所呈递的“沉浸”与“临场”体验，主要通过三个途径实现：一是VR360度全景视频拍摄；二是3D引擎制作；三是AR应用图片动态。VR技术下，受众可以佩戴VR眼镜或直接观看360度全景视频，进入虚拟现实场景，捕捉多感官感知的细节。AR框架下，当受众需要了解深层信息时，只需要通过APP扫描，识别文字、图片、音视频等，一张图片、一段文字、一段视频就能打开海量的多样式、多层次信息，还原新闻事件的多元场景，“唤起”受众多种视知觉体验。

按照莱文森的观点，从媒介史发展角度看，如果说移动互联网解放了空间对人的束缚，提升了对真实世界的“复制程度”，那么，VR/AR技术则从多感官功能延伸上，把人类复制现实世界的能力和愿景提到新层面。在这个层面上，因为深度沉浸所催生的临场感，在一定程度上完成了虚拟世界与现实世界的“融合”，人在被打破界限的虚拟与真实空间之间的穿越得以“实现”：不仅实现了新闻有限叙事空间与无限网络空间的深度融合，也必然推动网络空间与现实空间、社会空间融合，对社会形态和关系变革产生新的影响。

二、沉浸式新闻的创新路径

沉浸式新闻以人机交互技术应用为手段，实现“虚实互嵌”的传播效果。与传统新闻相比，其创新路径主要体现在以下三个方面。

（一）形式创新：从对现实的客观摹写到虚拟场景建构

技术驱动下的新闻样态创新，首先体现在信息呈现方式上，即形式创新。沉浸式新闻以VR/AR等沉浸技术设备记录新闻现场，对这些现场进行技术处理后，在技术终端形成一个虚拟现实场景，给人身临其境的临场感，这个临场感的获得，可以通过佩戴沉浸技术设备，比如VR头显，也可以不用佩戴设备，通过点击AR开关，“唤起”多层次、多视角、多媒体的深度信息，实现与新闻场景互动。因此，沉浸式新闻形式创新的第一个关键词是“场景”。

传统新闻对新闻场景的还原是通过文字、图片、音视频等进行客观摹写，受众“外在于”新闻现场，通过记者与编辑部把关人，获得对新闻故事的认知和判断，是被动且单向度的，对新闻场景的认知也是碎片化的。沉浸式新闻对新闻场景的还原，最大特点是借助VR/AR技术，打造一个虚拟现实环境以供受众多感官体验。比如VR360度场景视频再现技术，融合了虚拟现实系统、人体多重生物体感知机能系统，使用户（受众）在进入新闻空间后，能够通过身体前后左右上下全方位运动，在沉浸技术驱动下，以360度视角观看新闻画面；这种360度全景视频呈现就是沉浸式新闻打造的新闻场景，这个场景已经不再是单纯对现实的客观摹写，用户获取的信息和对新闻的认知，更多是在“感知重组”后获得的场景体验。

2016年“两会”期间，新浪新闻在全景图片基础上制作《人民大会堂全景巡游》H5作品，用全景图片呈现人民大会堂外、主席台、金色大厅、二楼记者席和外宾席等场景，并加入虚拟人物，用户

可以以总理、省长、群众、记者、外宾、黑衣人等视角，多维度体验、感知人民大会堂这个巨大政治隐喻空间。而重大突发性灾害性事件中，沉浸式新闻虚拟场景建构的代入感，则可以让用户突破空间阻隔，获得到达现场的体验。如 2015 年新华社制作的 VR 新闻《带你“亲临”深圳滑坡救援现场》，通过虚拟现实，用户进入受灾场景，近距离观察山体滑坡造成房屋倒塌、道路堵塞、植被破坏等细节，形成直观印象，同时还能够从救援人员匆忙行动中感受救援的紧张、激烈氛围，不仅为用户带来场景的自由选择与切换体验，更能让用户在切换中发现自己关注的意向信息。

（二）内容创新：从“云端数据库”唤起“现实”

通过 VR 技术复现一个现实世界，或者制造一个纯粹想象性的“人工世界”，抑或通过 AR 技术的信息叠加，制造一个多层面深度信息空间，这个空间表现为场景，却需要大量的数据信息填充。因此，形式创新本身也是内容创新，具体来讲，就是从新闻叙事的宏大语境到“云端数据库”。沉浸式新闻的场景和传统新闻相比，是全面的“现场”，其内容创新可以理解为细节复现和深度叠加。

在 VR 技术下，沉浸式新闻不再是对新闻场景的概貌式复述，而是细节复现，以多样的细节，组合丰满的场景空间，360 度内容呈现，使所有细节展现在用户眼前，成为其感官体验达成的依据。财新网 2015 年制作的 VR 新闻纪录片《山村里的幼儿园》多方位、细节化展现山村生活场景，古朴、苍凉的感知体验，使用户对这个场景里的人和事生发共情。这些沉浸式新闻产品，在宏大语境下，以细节的全景展现，让用户“浸入”到新闻事实中，在无限的深度和广度上产生对新闻事实及其场域的理解。

AR 技术则以“叠加”信息方式，在图片、文字或音视频背后，深藏着新闻全景。AR 技术下新闻信息“搜索”既可以是简单点击“图片动态”式的“开关”，也可以佩戴相关设备。打开简单的“开关”，如同一个普通的超链接，可以深度搜索用户想要知道的相关信息，进行深度检索。和早期互联网超链接不同之处在于，随着 AR 扩容，叠加在深处的不仅有相关音视频材料，更多的背景性数据会源源不断被“唤起”。因此，AR 开关所链接的就是一个“云端数据库”，AR 技术下新闻报道也不是简单的信息呈递，而是信息聚合。

所以，无论 VR 技术下的虚拟现实场景与现实场景融合的宏大语境，还是 AR 技术下的“云端数据库”，沉浸式新闻突破了传统新闻平面化浅层叙事模式。特别是“云端数据库”唤起的“现实”，以立体空间的多重视觉体验重组，在内容创新上为新闻深度报道的空间、场域开拓提供了技术保障和制作可能。

（三）接收创新：用户视角下的“自我叙事”

沉浸式新闻的目标是为用户建构全新的阅视体验，和传统新闻相比较，则体现为信息接收模式的创新，即第一人称视角和媒体中介角色弱化形成信息接收的“自我叙事”。

第一人称视角既是沉浸式新闻的“进入”方式，也是“输出”方式，更是新闻接收模式创新。沉浸式新闻的基本特征是沉浸，就 VR 技术而言，VR 设备比如头显，通过控制用户的视觉传输，使用户能够以主观视角进入虚拟现实场景，从身前身后、头顶脚下，把握场景内容，360 度感知新闻对象，进行沉浸体验；穿戴 VR 设备或以 APP 扫描相关空间、物体，则可以多层次感知、阅视其当下或历史信息，掌握正在发生和曾经发生的新闻事件，体验当下的或历史的场景。第一人称视角“代入”体验直指共情后果，跨越时空界限，是对新闻故事边创造、边体验、边接收，实际上是无所不在的全知视角。如《云南鲁甸地震三周年》不仅使用了正常视角、鱼眼视角、圆桶视角、小行星视角，同时搭配背景音、沙盘地图、场景切换图示以及文字报道，将震后鲁甸“搬到”用户面前；在地震纪念馆中，用户可以选择不同参观路线，任意观察场馆任一角落，以第一视角突破时空限制，深度挖掘新闻现场细节，感受地震纪念日氛围。

尼古拉·尼葛洛庞帝（Nicholas Negroponte）提到虚拟现实时，曾这样说：“虚拟现实背后的构想

是，通过让眼睛接收到在真实情境中才能接收到的信息，使人产生‘身临其境’的感觉，更重要的一点是，你所看到的形象会随着你视点的变化即时改变。”^[8]“视点的变化”过程，就是用户接收和解读信息的过程，因此，和第一人称视角相对应的是沉浸式新闻接收中，媒体在新闻信息与用户之间的中介角色不断“弱化”，用户在获得360度视线自由的同时，获得与虚拟空间的自由互动和信息的自由接收，即对报道叙事视角依赖程度降低，不再依赖传统新闻报道叙事者（比如编辑、记者）的视角，自己成为叙事者。如2019年《中国青年报》推出第一款“沉浸式体验新闻”《红军桥日记》，用360度全景视频，集图片、动画、声音等介质于一体，在GPS定位系统支持下，呈现新旧红军桥跨时空的故事，用户点击相关“开关”，就可以“走”过木桥，“走”进村子，“走入”红军桥故事。“走入”的过程，就是接收的过程，这个过程至少在“表象”上是在用户视角下“独立”完成的“自我叙事”。

三、沉浸式新闻的行业影响

沉浸式新闻从信息呈现方式、内容生产和信息接收模式上的创新，对新闻生产、新闻教育和媒体融合等已经形成显著的行业影响。

（一）新闻生产：为深度报道带来创新机遇

沉浸式新闻作为一个“新”新闻形态，与传统新闻并不是替代关系，比如它的出现就给传统新闻体裁的深度报道带来创新机遇。一是题材选择的契合：沉浸式新闻选题长项在于重大突发事件、公共安全危机、自然生态，以及军事、体育、重大会议等现场感较强的题材，而这些题材也多是深度报道选材领域。二是叙事方式的启示：沉浸式新闻以感发用户的阅视体验为旨归，以用户视角展开叙事，而对深度报道而言，这样的视角同样可以有效引领用户在事件调查和呈现过程中的“凝视”甚至参与，从而增强深度报道之深度。三是沉浸式新闻的内容创新不仅以建构宏大叙事场景为着力点，更以建构云端数据库为基本路径，这为深度报道提供了打开与展示报道深度的路径。VR技术的细节呈现，AR技术的信息叠加，都是用户“唤起”信息的过程，这也是深度报道调查路径的可视化塑造。

当然，VR/AR技术下深度报道的创新不能一蹴而就，还需要技术上的突破。比如就VR而言，高度的“浸入”感来源于技术设备，头显设备成本居高不下，VR深度体验对很多用户来说还不现实；以非头显接入方式，比如手机、iPad等平面设备接收VR产品，VR体验会明显打折。不过就深度报道创新，目前AR技术是可行的，随着云端数据库库存量提升，以AR叠加信息打开方式，多媒体、多层次、立体化呈现调查深度，用户只需“扫一扫”，或者使用佩戴感应器就可以精准进入下一时空，观看深度调查过程的前前后后、事件的前因后果。

目前，关于VR/AR技术在深度报道领域的创新，国内外已经开展且有许多成功案例，而且其呈现方式也有多样化态势，比如VR纪录片、新闻游戏、AR图片动态等。但是目前国外“沉浸式深度报道”多集中在战争、重大自然灾害等题材上，国内虽然也生产了《云南鲁甸地震三周年》VR报道、《山村里的幼儿园》VR纪录片等产品，但其选材目前还多集中在重大会议现场场景展现及可视化体验上，在深度报道题材方面，沉浸式新闻还有很大的空间。

（二）新闻教育：“技术转向”与“导演”新闻

沉浸式新闻的出现、VR/AR技术应用再一次把一个敏感话题——新闻教育的“技术转向”推到前台，在理性对待技术决定论、技术操控论前提下，新闻教育的“技术转向”是一个必须直面的课题，与此相关的另一个需要慎重考量的话题是“导演”新闻综合人才培养。

（1）技术转向。2020年5月15日，清华大学新闻与传播学院宣布取消本科招生，该消息引发新闻教育界广泛关注，一些专家学者纷纷就此对当下新闻教育导向提出看法，比如学者胡泳认为：“我们培养的学生应该是精通数字化的知识工作者，他们了解如何创造听众和观众，如何创建内容以及创建使

用数字工具解决问题的产品,我们首先要把我们培养的对象做这样一个根本的调整。”^[9]学者潘忠党认为:“新闻教育应该要发生的变化是如何能够‘为全社会展开明亮的对话’提供一种有媒介素养、有分析能力、有人文情怀、有正义公平信念,同时又有不同媒体平台的操作技能、适应不同的媒体平台且有创业精神的人才。”^[9]学者张力奋则明确提出:“新闻教育本质上是人文教育,绝不仅是一个技能教育。”^[9]学者的观点有分歧,很难用技术转向这样的概念来表述,但是一个不容回避的事实是,他们都在“清华事件”中,关注到了技术在当前新闻教育中的地位,其分歧核心也集中在新闻教育“到底要偏向文史哲厚重基础,以夯实新闻伦理价值和具有人文精神为导向的人才培养路径;还是以精通各种技术技巧,能够在进入媒体单位工作后,可以马上熟练使用各种新媒体技术为偏重的人才。”^[10]

VR/AR 技术在新闻生产中的应用目前刚刚起步,沉浸式新闻的“沉浸”“互动”和“想象”能够达到的也仅在“沉浸”的初级阶段,更遑论真正强效的“互动”与“想象”,其在技术发展上还有“无限”可能。新闻教育应以前瞻性进行规划,在专业设置、课程调改、新闻实训上适度做好技术转向,以适应新技术革命给新闻教育创造的新空间和带来的新机遇。

(2)“导演”新闻。这也是一个容易引发争议的话题,因为至少在修辞上,“导演”与“新闻”是“不相兼容”的:“导演”是人为的、运作的、主观的,而新闻是真实的、客观的;“导演”新闻理念与新闻真实性、客观性法则没有共通性。但是沉浸式新闻出现之后,“导演”与“新闻”竟然有了关联,有了相互关涉的所指,也给当下新闻教育变革提出了一个新的思考角度。比如学者常江认为,沉浸式新闻所代表的是一种编辑理念的导演化转向,因此,“随着这种新闻生产实践在行业内的常态化,系统性地培养‘新闻导演’也势必会成为从业者养成体系的一个必不可少的环节”^[5]。这个提法还可以有其他表述,比如戏剧新闻、VR/AR 电影新闻等,相关的职业教育也就可以被称为“新闻编剧”或“新闻导演”了。

的确,在中外沉浸式新闻生产中,导演意识是清晰存在的,无论《纽约时报》的《流离失所》、VRSE 的《慈悲为怀》,还是中国的《山村里的幼儿园》《带你到战地——央视独家 VR 呈现被 IS 炸毁的叙利亚千年神庙》《可盐可甜——世界欠我一个白鹿》等沉浸式新闻(纪录)产品中,导演痕迹、编辑意图都非常明显,用户新闻信息的需求,被纳入导演叙事中。所以,提出“导演”新闻这个概念,对当下新闻教育的启示,在于如何培养既能熟练驾驭新型传播科技的“操盘手”,又能把新闻理念和价值导向融入技术产品审美体验中的复合型人才。

(三) 媒体融合:推动“深度跨界”融合

沉浸式新闻的另一个行业影响,是助推传统媒体融合转型:技术驱动下的“深度跨界”融合。

我国传统新闻生产,因为体制原因一直是“自足”体系,即便是互联网驱动下的全媒体中央厨房,依然秉承技术工具论,移动互联网和通信技术只被作为新闻创新与融合发展的工具,资本市场上的约束更为明显。因此,在一定程度上说,传统新闻生产和传播体系还处在半封闭状态。然而一个客观存在的事实是,在短暂的互联网新闻发展史上,新闻生产模式创新几乎都与新型数字化产业有关。“据美国皮尤(Pew)中心‘新闻卓越计划’的报告显示,传统新闻媒体已经难以引领数字革命的潮流。相反,数字化时代的媒体创新都是在新闻机构以外的领域产生,以 GAFA(谷歌、苹果、脸书、亚马逊)为代表的高科技公司已经在很大程度上掌控了新闻业的未来。”^[3]在中国大陆,也有 BAT(即百度、阿里巴巴、腾讯)这样的互联网科技产业公司组合,对新闻生产模式起着推动作用,比如微信、QQ 乃至新浪微博等都曾经驱动新闻生产模式变革。

但是,沉浸式新闻已经不再是简单的借助 VR/AR 技术媒介,而是这些媒介深深地嵌入到了新闻生产中。国外如《纽约时报》2015 年与谷歌公司合作投放 Google Cardboard(纸版眼镜),全球最大时尚杂志 ELLE 与 RYOT 合作制作增强现实视频,Vice 杂志与 VASE 公司合作制作《纽约百万人大游行》,

ABC 与技术公司 Jaunt 合作《亲临叙利亚》，以及爱尔兰《地铁先驱报》与英国增强现实公司 Blippar 合作，德国《南德意志报》与本国增强现实公司 Metaio 合作进行增强现实新闻报道等，都揭示了新闻生产模式变革的趋势。在国内，沉浸式新闻生产也遵循跨界融合模式，比如 2014 年《成都商报》联合德国 Metaio 公司推出增强现实应用“悠哉”，2015 年的深圳滑坡事件新华社曾联合酷景网、兰亭数据等公司制作全景视频 VR 报道，2016 年《经济日报》与兰亭数字合作、光明日报与 Eyesir 全景相机合作进行全景看“两会”报道。媒体融合在新技术驱动下，以 5G 加持，未来必然是“深度跨界”融合的真正到来。曾有学者提出沉浸式新闻是“未来的媒介形态”^[2]，根据其生产和传播实践看，完全说得上“未来已来”。

四、结 语

回到新闻史视角考察沉浸式新闻，很容易勾连到 20 世纪 60 年代美国兴起的“新新闻主义”。“新新闻主义”突出特点是推崇记者主观情感对新闻报道的卷入，以小说笔法演绎新闻故事，突出细节描写，采用多个场景与画面组合的结构方式，是新闻形态的新探索。但是，“新新闻主义的信奉者们离经叛道的所作所为曾遭到某些传统的新闻从业人员和理论家的攻击，他们认为新新闻主义不过是一些小说家异想天开的游戏”^[11]。之所以出现这样的状况，是因为“新新闻主义”违背了新闻的客观性、真实性，无法被主流认可，从而昙花一现。对于新技术驱动下的沉浸式新闻而言，其未来发展固然可期，但“具身”而来的“虚拟现实与客观现实”悖论，也制约着它的健康发展。

参考文献：

- [1] 李沁．沉浸传播——第三媒介时代的传播范式 [M]．北京：清华大学出版社，2013：43.
- [2] 喻国明，湛椿，王佳宁．虚拟现实（VR）作为新媒介的新闻样态考察 [J]．新疆师范大学学报（哲学社会科学版），2017（3）：15-21.
- [3] 史安斌，张耀钟．虚拟/增强现实技术的兴起与传统新闻的转向 [J]．新闻记者，2016（1）：3-41.
- [4] 李沁．媒介化生存——沉浸传播的理论与实践 [M]．北京：中国人民大学出版社，2019：143.
- [5] 常江．导演新闻：浸入式新闻与全球主流编辑理念转型 [J]．编辑之友，2018（3）：70-76.
- [6] [美] 保罗·莱文森．莱文森精粹 [M]．何道宽，编译．北京：中国人民大学出版社，2007：35.
- [7] [美] 沃尔特·李普曼．公众舆论 [M]．阎克文，江红，译．上海：上海世纪出版集团，2006：11.
- [8] [美] 尼古拉·尼葛洛庞帝．数字化生存（20 周年纪念版）[M]．胡泳，范海燕，译．北京：电子工业出版社，2017：112.
- [9] 杜俊飞，胡泳，潘忠党，叶铁桥，张力奋．清华“教改”与新闻学院的未来 [J]．新闻大学，2020（7）：33-50.
- [10] 王润泽．新闻学面临的挑战与新闻教育变革 [J]．中国出版，2020（14）：10-14.
- [11] 李良荣．西方新闻事业概论 [M]．上海：复旦大学出版社，2007：151.

[责任编辑：赵晓兰]