

Коммуникация в среде фиджитал как новый вид взаимодействия с интернет-аудиторией

А.С. Шибут, И.П. Шибут

Беларусь, г. Минск, Белорусский государственный университет

e-mail: shybut@bsu.by, shybut.iryana@gmail.com

Аннотация: Данная статья посвящена рассмотрению характеристик коммуникации новых медиа с аудиторией в среде фиджитал. В статье высказывается точка зрения о том, что развитие информационно-коммуникационных технологий на современном этапе способствовало синтезу двух миров и формированию новой реальности фиджитал, которая предполагает равный диалог между медиа и аудиторией.

Ключевые слова: медиа, коммуникации, фиджитал, интерактивность, мультимедиа, виртуальная реальность.

Согласно данным Отчета об измерении информационного общества в 2018 году, опубликованным МСЭ (специализированное учреждение Организации Объединенных Наций по информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ)) в ходе 16-го Всемирного симпозиума по показателям в области электросвязи / ИКТ (WTIS), который проходил с 10 по 12 декабря 2018 года в Женеве, Швейцария, по состоянию на конец 2018 года интернетом пользовались 51,2 % физических лиц или 3,9 миллиарда человек. Это значительный шаг вперед, к более открытому для всех глобальному информационному обществу [1]. В отчете отмечено, что растет потребность во владении коммуникативными навыками, помимо технических навыков. Владение их обширным спектром, включая технические и эксплуатационные, навыки обработки информации, социального взаимодействия и создания контента, будет иметь важнейшее значение для достижения положительных результатов. Кроме того, повсеместное распространение ботов и переход к интернету вещей и искусственному интеллекту увеличивают потребность в информации и развитых навыках создания контента. С повышением сложности систем ИКТ и экспоненциальным ростом объема собираемых данных становится невозможно обойтись без передаваемых цифровых навыков и обучения на протяжении всей жизни.

Эксперты прогнозируют, что потребители готовы тратить почти 4 часа в день на свои мобильные устройства в 2019 году. На приложения приходится почти 90% этого времени [2].

В данной ситуации формальное владение традиционными информационными медиа не является достаточным для осуществления эффективной коммуникации с потребителем. Потеря гарантии достижения охвата целевых аудиторий приводит к тому, что медиа, чтобы быть услышанными в условиях новой цифровой реальности, вынуждены создавать такие инструменты, которые позволяют захватить целевую

аудиторию в любом месте, создать с ней эмоциональный контакт и вступить в интерактивное взаимодействие. Поэтому постоянно проводятся эксперименты по разработке форматов продвижения, не используемых ранее или выходящих за рамки традиционно устоявшихся. В данном случае речь идет о коммуникации, в которой задействованы инновационно-технологические методики интерактивных технологий. Этап, который мы наблюдаем сегодня во всем мире, заключается в синтезе физического и виртуального мира, определившем новую модель коммуникации – Phygital (фиджитал). Понятие Phygital состоит из двух компонентов «physics» и «digital». Тем самым фиджитал-технологии буквально стирают границы между двумя пространствами: реальным и виртуальным, физически осязаемым и цифровым, интегрируя их друг в друга и меняя принципы взаимодействия между людьми и машинами [3]. Такая модель подразумевает равноправный полилог любого количества коммуникаторов в комфортном для каждого режиме. Такие базовые коммуникационные и коммуникативные характеристики веб-пространства, как гипертекстуальность, мультимедийность, а главное – интерактивность, обуславливают равноправное взаимодействие субъекта и объекта. Благодаря этим особенностям коммуникация приобретает две ключевые черты: способность не только обращаться к индивидууму, но и способность мгновенно собирать и запоминать реакцию этого человека. Эти две функции делают возможным третье: способность обращаться к индивидууму еще раз таким образом, чтобы учитывать его или ее уникальный ответ и предлагать именно то, что хочет потребитель [4]. Подобные изменения приводят к тому, что общество всё интенсивнее перерастает двустороннюю симметричную модель коммуникации. Коммуникативная модель вновь становится ассиметричной, но уже со смещением акцента в сторону аудитории. Целевая аудитория перестала быть пассивным участником коммуникативных процессов и зачастую сама выступает автором своих и соавтором чужих посланий. Таким образом, коммуникация в среде фиджитал характеризуется усиленной адресностью, персональностью предложения: интернет-технологии позволяют «каждому дать свое» в буквальном смысле этого слова [5]. Поэтому чрезвычайно важно найти новые формы коммуникации с аудиториями, которые были бы способны вовлекать и надолго оставлять эти аудитории в коммуникации. Развитие интерактивных технологий на современном этапе способствуют созданию таких форм.

Отвечая на вопрос: «Что ждет медиа в будущем, какие изменения будут важными, какие моменты станут поворотными?», – эксперты в области медиа прогнозируют активное развитие мобильных технологий, персонализацию, повсеместное внедрение текстовых ботов, активное участие всех форм экрана – кинематографического, телевизионного и компьютерного (телевизор как единый экран) – в формировании экранной картины мира [6]. Для потребителя визуальной информации вначале формируется экранная модель действительности на экране, а после

появления телевидения и компьютерного экрана этот образ реальности стал еще и документальным, реальным. Общение с помощью визуальных образов прогрессирует благодаря развитию новых технологий. Визуальная коммуникация является одной из ключевых составляющих современных СМИ и социальных медиа. Визуальные коммуникации в современном социуме отходят от роли пассивного посредника. Восприятие информации при визуальной коммуникации становится «считыванием» визуального кода.

По мнению Гурмана Бхатия, Институт Пойнтера, виртуальная реальность в новостях становится реальной для многих редакций. *«Теперь репортажи не рассказывают вам о событиях, а погружают вас внутрь истории. Просто представьте, что вас выдернули из реальности, в которой вы читаете о событиях, и перенесли в другое время и место»* [7].

Один из журналистских экспериментов с виртуальной реальностью – проект ABC «Внутри Сирии VR». Благодаря виртуальной реальности зритель переносится в Дамаск, чтобы увидеть как *«археологи соревнуются со временем, пытаясь защитить памятники истории от войны»* [8]. Еще один проект такого рода – «Вспышка Эболы» – представила Frontline [9]. Зрителей погружают в самое сердце Западной Африки, откуда можно проследить всю историю распространения смертельного вируса. Чтобы погрузиться в историю, зрителю или читателю просто нужно загрузить на свой смартфон мобильное приложение и надеть Google Cardboard — шлем виртуальной реальности. Виртуальные проекты еще называют «включенным» или «практическим» сторителлингом [10]. В новостях виртуальная реальность может быть представлена в формате видео, 3D-моделирования, интерактивной графики и игровых пространств и CGI-графики (computer-generated imagery). Один из крупнейших игроков на этой площадке компания Ganett за прошедший год создала несколько проектов виртуальной реальности, большинство из которых включают 360-градусные видео. Ganett совместно с Des Moines Register представила проект “Harvest of Change”, история о государственной ферме в Айове [11].

В Associated Press сделали ставку на 3D-моделирование. Проект “The Suit Life” дает зрителям возможность прогуляться по роскошным гостиничным номерам, например, пентхауса в Four Seasons, цена за ночь в котором составляет \$50,000 [12]. По словам Пола Ченга, интерактивного директора AP, в данном случае построить рассказ, используя технологии виртуальной реальности, было идеальным выбором. *«Этот виртуальный тур позволяет многим увидеть те места, куда они вряд ли когда-нибудь смогут попасть. А мы же смотрим на это, как на возможность задействовать виртуальную реальность, чтобы рассказать историю»* – говорит Ченг. AP успешно использует технологии для освещения новостей. Например, подчиненные Ченга смогли в точности воссоздать туннель, по которому наркобарон Эль Чапо сбежал из мексиканской тюрьмы. *«Было бы интересно увидеть, как выглядит этот туннель и дать возможность зрителям пройти его»*, – отметил Пол Ченг.

Таким образом, разделение реальности на виртуальную и физическую больше не является релевантным. Развитие информационно-коммуникационных технологий способствовало синтезу двух миров и формированию новой реальности фиджитал. Среда фиджитал предполагает равный диалог между медиа и аудиторией. Интерактивность, высокая степень активности субъектов, персонализированность коммуникаций и равноправный полилог – вот главные характеристики современной информационно-коммуникационной среды. Интерактивные технологии оказывают воздействие на чувства и эмоции аудитории, предлагая им приобрести уникальный опыт геймифицированного взаимодействия с медиа при высокой степени погруженности аудитории в процесс использования высоких технологий.

По утверждению Михаила Калашникова, директора по продуктам ИД Sports.ru, медиа нужно учиться быть не только медиа [13]. Медиа становится интересно делать открытые API, чтобы привлекать своих активных пользователей. Сообщество пользователей приобретает новую ценность. Потребление медиа будет только увеличиваться за счет все новой мобильной аудитории, а сами медиа останутся необъяснимо притягательной отраслью для умных, молодых и талантливых, а значит, будут появляться все новые проекты.

Литература

1. Измерение отчета информационного общества 2018: [Электронный ресурс] /itu.int. – Режим доступа: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/misr2018.aspx> (Дата обращения: 10.02.2019).
2. Веб-семинар по мобильным работам в IAB: In-App v. Путаница в мобильном Интернете: [Электронный ресурс] / iab.com. – Режим доступа: <https://www.iab.com/events/iab-make-mobile-work-webinar-in-app-mobile-web-confusion/> (Дата обращения: 10.02.2019).
3. Фиджитал: игрушка или инструмент? Колонка Владимира Могилевца [Электронный ресурс] / marketing.by. – Режим доступа: <http://marketing.by/mnenie/fidzhital-igrushka-ili-instrument-kolonka-vladimira-mogilevtsa/> (Дата обращения: 10.02.2019).
4. Интерактивная реклама – стань частью игры [Электронный ресурс] / COSSA – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/sandbox/57063/> (Дата обращения: 10.02.2019).
5. Про интерактивный маркетинг, которого нет [Электронный ресурс] / marketing.by. – Режим доступа: <http://marketing.by/mnenie/pro-interaktivnyy-marketing-kotorogo-net/> (Дата обращения: 5.03.2019).
6. Best App. Media, Service, Skill: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bestapp.menu/> (Дата обращения: 5.03.2019).

7. Best App. Media, Service, Skill: [Электронный ресурс] / Виртуальная реальность в сми: такими новости вы не видели! – Режим доступа: <http://bestapp.menu/virtualnaya-realnost-v-zhurnalistike-takimi-novosti-vy-eshhe-ne-videli/> (Дата обращения: 5.03.2019).
8. ABC News VR: [Электронный ресурс] / The Fight to Save Syria's Antiquities From the Hands of ISIS. – Режим доступа: <https://abcnews.go.com/International/fight-save-syrias-antiquities-hands-isis/story?id=33777070> (Дата обращения: 6.02.2019).
9. Frontline: [Электронный ресурс] / Ebola Outbreak: A Virtual Journey, FRONTLINE's First Virtual Reality Documentary, Debuts at ONA on Sept. 27 | Press Release. – Режим доступа: <https://www.pbs.org/wgbh/frontline/announcement/ebola-outbreak-a-virtual-journey-frontlines-first-virtual-reality-documentary-debuts-at-ona-on-sept-27-press-release/> (Дата обращения: 6.02.2019).
10. Best App. Media, Service, Skill: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bestapp.menu/> (Дата обращения: 5.03.2019).
11. Des Moines Register: [Электронный ресурс] / Harvest of Change. – Режим доступа: <https://www.desmoinesregister.com/pages/interactives/harvest-of-change/> (Дата обращения: 6.02.2019).
12. Associated Press: [Электронный ресурс] / The Suit Life. – Режим доступа: <http://interactives.ap.org/2015/suite-life/> (Дата обращения: 6.02.2019).
13. Best App. Media, Service, Skill: [Электронный ресурс] / Прогнозы, тренды, ожидания. Платформы или медиа? – Режим доступа: <http://media2017.bestapp.menu/kalashnikov> (Дата обращения: 6.02.2019).