

ЦИФРОВАЯ МЕДИАТИЗАЦИЯ УСЛОВИЯХ «НОВОЙ НОРМАЛЬНОСТИ»: ПАРАДИГМЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ИММЕРСИВНОСТИ

М. Г. Шилина¹⁾, Д. В. Федюнин²⁾

*¹⁾Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Стремянный пер., 36, 115093, г. Москва, Россия,
marina.shilina@gmail.com,*

*²⁾Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Стремянный пер., 36, 115093, г. Москва, Россия,
Fedyunin.DV@rea.ru*

Развитие новых цифровых иммерсивных практик медийной коммуникации в условиях «новой нормальности» обуславливает поиск релевантных подходов к их исследованию. Авторская структурно-функциональная методология позволила выявить характеристики, инфраструктуру, социальные аспекты иммерсивной медиакоммуникации, зафиксировать ее особенность. Для дальнейших исследований впервые предлагается генеративный подход, который определяет специфику создания и потребления иммерсивной медиакоммуникации, а также личностного и социокультурного развития пользователя.

Ключевые слова: новая нормальность; глубокая медиатизация; иммерсивная медиакоммуникация; генеративный подход; иммерсивная медиареальность.

DIGITAL MEDIATIZATION IN THE CONTEXT OF THE «NEW NORMALITY»: PARADIGMS OF INTERDISCIPLINARY RESEARCH OF IMMERSIVITY

M. G. Shilina^a, D. V. Fedyunin^b

*^aPlekhanov Russian University of Economics,
36, Stremyanny Lane, 115093, Moscow, Russia
Corresponding author: M. G. Shilina (marina.shilina@gmail.com),*

*^bPlekhanov Russian University of Economics,
36, Stremyanny Lane, 115093, Moscow, Russia
Corresponding author: D. V. Fedyunin (Fedyunin.DV@rea.ru)*

The growing practices of digital immersive media communication in the «new normal conditions» from a theoretical and methodological standpoint are

considered for the first time. The characteristics, infrastructure, and social aspects of immersive media project have been identified through the use of the author's multilevel structural and functional methodology, and make it possible to fix its specificity at all levels. In the article a new generative approach is proposed to study the immersive communicative media situation.

Key words: new normality; deep mediatization; immersive media; generative approach; immersive media reality.

Цифровая глубокая медиатизация [1] как неотъемлемый элемент развития современного социума и цифровой экономики в условиях «новой нормальности» становится нормативной.

Проблема экспоненциального роста новейших уникальных практик гибридной полисенсорной иммерсивной медиакommunikации на основе технологий дополненной (англ. augment), виртуальной (англ. virtual), смешанной (англ. mixed) реальности обуславливает поиск междисциплинарных концептуальных подходов к ее изучению. Выявление базовых характеристик данного феномена определяет исследовательские вопросы: какова сущность иммерсивной медиакommunikации и специфика ее исследования? Каковы особенности иммерсивной медиатизации в «новой нормальности»?

Иммерсивные проекты появляются за рубежом в 2010-х и затем в России и начинают изучаться [2], однако анализ релевантной научной литературы не выявил комплексных исследований по заявленной проблематике.

Материалы и методы

Для выявления специфики иммерсивной медиакommunikации применим авторскую многоуровневую методологию изучения социальной коммуникации, опосредованной цифровыми технологиями, которая предполагает поэтапное исследование инфраструктурных, технико-технологических, социальных особенностей коммуникации [3] на материалах анализа зарубежных (2010–2021) и российских иммерсивных медиапроектов (2019–2021); затем определим релевантный подход к изучению данного формата гибридной медиакommunikации и на его основе параметры иммерсивной медиатизации.

Результаты и обсуждение

Цифровые иммерсивные технологии с инфраструктурной точки зрения создают специфическую единую бесшовную гибридную среду интерактивной медиакommunikации и в различных полисенсорных форматах «погружают» пользователя в предложенную авторами коммуникативную ситуацию. Проекты предполагают отличный от традици-

онных формат интерактивного потребления индивидом медиаинформации: впервые в истории медиа пользователь становится просьюмером пользовательского опыта.

Исследование позволяет зафиксировать специфику технико-технологических и коммуникативных параметров иммерсивной медиакommunikации. Атрибуция формата иммерсивной медиакommunikации предполагает выделение специального подвида, опосредованного технологиями, вне классической дихотомии межличностной и массовой коммуникации [5]. На уровне социального взаимодействия индивидуальная иммерсивная коммуникация нацелена на экспериментальное создание нового опыта пользователя.

Концептуальный подход к изучению иммерсивных медиапроектов возможен на основе генеративного подхода, впервые примененного Н. Негропonte [4] в урбанистике. Подход описывает иммерсивное вовлечение пользователя в коммуникацию с помощью программ искусственного интеллекта и получение им нового опыта с целью оптимизации социального пространства.

Для исследования иммерсивной медиакommunikации предлагается междисциплинарный генеративный подход. Деятельное участие пользователя в иммерсивной медиакommunikации формирует принципиально новый формат медиатизации, который определяет специфические парадигмы личностного, социокультурного развития, социализации, крайне востребованные в «новой нормальности». Иммерсивный проект создает специфический индивидуализированный формат медиареальности, в первую очередь для конкретного пользователя, который продолжим исследовать в дальнейшем как персонализированную иммерсивную медиареальность.

Библиографические ссылки

1. *Непп А.* Deep mediatization. London and New York, Routledge. 2020.
2. *Шилина М. Г.* Текстогенные трансформации инфосферы. Методологический эскиз становления интернета. Монография. М.: РИЦ «Северо-Восток», НИУ ВШЭ. 2012.
3. *Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М.* и др. Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемы образования // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2017. № 13 (1), С. 166–172.
4. *Negroponte N.* The Architecture Machine. Cambridge, MIT Press. 1970.
5. *Коломиец В. П.* Концептуализация медиакommunikации // Медиаскоп. 2019. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/2575DOI:10.30547/mediascope.4.2019.2> (дата обращения: 01.09.2021).