

СОВРЕМЕННОЕ РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО

УДК 316.42

DOI 10.23683/2227-8656.2019.6.1



МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ КОНСТРУКТЫ АНАЛИЗА МЕДИА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

METHODOLOGICAL CONSTRUCTS OF MEDIA ANALYSIS IN DIGITAL TRANSFORMATIONS

Дугин Евгений Яковлевич

Доктор социологических наук, профессор,
проректор, заведующий кафедрой
телевидения и радио,
Академия медиаиндустрии;
г. Москва, Россия,
e-mail: e.dugin@yandex.ru

Evgeny Ya. Dugin

Doctor of Sociological Sciences, Professor,
Vice-rector, Head of the Department
of TV & Radio Journalism,
Academy of Media Industry;
Moscow, Russia,
e-mail: e.dugin@yandex.ru

В статье анализируются изменения в научных подходах к исследованию медиакоммуникаций, которые привносит цифровая революция. С появлением цифровых технологий и дигитализации сферы гносеологии в научном сообществе все активнее распространяются суждения о неизбежной смене методов и исследовательских парадигм, о необходимости новых теорий и концепций. Автор полагает, что традиционные методы познания сохраняют свое значение в условиях цифровизации всех сторон жизни общества, но вместе с тем возможна и необходима трансформация концептуальных методологических конструк-

The article analyzes the changes in the scientific approaches to the study of media communications brought by the digital revolution. With the advent of digital technology and digitalization of the sphere of epistemology in the scientific community is increasingly spreading judgments about the inevitable change of methods and consequences of paradigm about the need for new theories and concepts. Author believes that traditional methods of knowledge preserve their value in the conditions of digitalization of all aspects of society, but at the same time, transformation of conceptual methodological constructs' analyzes of new problems arising in the process

тов анализа новых проблем, возникающих в процессе перехода на цифровые форматы медиакommunikаций.

of transition to digital media communication formats is possible and needed.

Ключевые слова: цифровая экономика; информационно-коммуникативная медиасистема; концептуальный методологический конструкт; виртуальная реальность; дополненная реальность; смешанная реальность; расширенная реальность.

Keywords: digital economy; informational communicative media system; conceptual methodological construct; virtual reality; augmented reality; mixed reality; extended reality.

Введение. Постановка проблемы

Вся деятельность в сфере медиакommunikаций подчинена взаимоотношениям с реальностью, её отображением, осмыслением, переосмыслением и конструированием. Информационно-коммуникативные технологии медиа совершенствуются, трансформируются с единственной целью: отображать реальность, создавать её виртуальную копию, а в современных теоретических трактовках – конструировать новую реальность. Проблема взаимодействия с пространством реальности привела к постановке вопроса о многочисленных теориях реальности. На методологическом уровне принято различать несколько типов реальности: *феноменологическая реальность*, основанная на субъективном опыте; *реальность консенсуса* – базируется на мнениях и наблюдениях; *не-реальность как отрицание объективной реальности*, так как в интерпретации всегда присутствует субъективность, а следовательно, нет истинной реальности в чистом виде (Что такое реальность?).

Так, журнал Scientific American, который бережно относится к своей научной репутации, опубликовал недавно статью, в которой доказывается, что фундаментальная реальность вселенной – это вовсе не традиционно считающиеся кварки, поля и квантовые феномены, а, согласно мнению философа Б. Каструпа (B. Kastrup), все эти материальные объекты не что иное, как иллюзия. Единственное, что реально во вселенной, – это информация (Некоторые физики ... , 2019).

Динамичные изменения современного мира обусловлены возможностями цифровых технологий по обработке колоссальных объемов информации с небывалой ранее скоростью. Из всего объема информации, которым располагает человечество, 90 % данных создано за последние два года. Колоссальные объемы информации требуют принципиально новых методов и способов обработки данных, выработки алгоритмов и сценариев их применения в различных отраслях экономики и хозяйствования. В этой связи закономерно появление ис-

кусственного интеллекта, компьютерного зрения, беспилотных видов транспорта, виртуальной, дополненной и расширенной реальности, робототехники и других цифровых технологий. Небывало высокая скорость технологических изменений всего разнообразия способов цифровых коммуникаций, таких как мобильные сети связи, компьютеры, новые цифровые платформы, проникая во все сферы жизни, оказывает невиданное ранее влияние на модели социального поведения миллионов людей, на изменение массового и специализированного сознания.

Отмеченные тенденции актуализирует проблему сбора, хранения и обработки большого массива информации (big data), что при условии дальнейшего развития означает переход от информационного общества к обществу управления данными (из IT в DT (Data technologies)). Основу данной трансформации определяют цифровые технологии с их универсальным языком, пригодным для использования в любой информационно-коммуникативной среде.

Важнейшей составной частью этого перехода становится управление огромным массивом данных с помощью цифровых технологий в виде систем искусственного интеллекта, робототехники, блокчейна, технологий виртуальной и дополненной реальности, способствующих оптимальному выбору алгоритмов управления социально-экономическими процессами и расширяющих представления о мире реальном. Вся совокупность проблем, возникающих в ходе четвертой индустриальной революции (ИТР-4), основанной на информационных технологиях, на коммуникации, анализе и обработке больших массивов данных, в значительной мере обусловлена взаимодействием с разновидностями реальности, их отображением, конструированием, моделированием.

Изученность проблемы

Пожалуй, никакая другая сфера деятельности и область знаний не испытывает в наше время такого стремительного развития и, соответственно, не требует изменений в научном осмыслении, как проблема медиакоммуникации в условиях цифрового развития общества и государства (Дугин, 2018). Несмотря на динамично развивающую отрасль знаний, связанную с коммуникацией, методология изучения информационно-коммуникативных процессов пока остается приверженной традиционным подходам и методам изучения в рамках коммуникативных моделей, предложенных еще Аристотелем: источник информации – текст (сообщение) – аудитория. Да и сами коммуникативные модели слабо коррелируют с реальными социально-

экономическими, социально-политическими и социокультурными процессами, не говоря уже о цифровой экономике как новом цивилизационном витке развития человечества. Сама деятельность средств массовой информации рассматривается в научных рефлексиях в парадигме отражения, освещения реалий жизни. Между тем функции современных медиа уже давно переросли устаревший подход к СМИ как «зеркалу социальных процессов», когда аудитории поставлялась информация из единого центра, будь то центральное телевидение, радиовещание или центральная газета. Соответственно, научное осмысление функционирования СМИ рассматривалось в рамках одновекторной модели, в которой распространение информации происходит в одном направлении – от издателя к потребителю.

С появлением множества источников информации, основанных на цифровых технологиях, изменяются структура, функции, типология информационно-коммуникативных систем. Однонаправленное распространение информации трансформируется в многовекторную коммуникативную модель, которая приводит к информационной перенасыщенности общества. Например, традиционное эфирное телевидение, наряду с распространением сигнала на широкую аудиторию, благодаря цифровым технологиям может сочетать в себе свойства узконаправленного кабельного вещания, а в сочетании с глобальной сетью Интернет приобретает свойства домашнего информационно-коммуникативного центра. Пресса усиливает присущие ей аналитические функции. Возрастает мобильность радио, которое вместе с информационными агентствами и Интернетом в значительной мере становится средством навигации в перенасыщенном информационном пространстве. Благодаря цифровым технологиям созерцательное состояние потребителя информации сменяется на активное участие в коммуникации, в создании медийных произведений. Скажем больше, сейчас было бы некорректным разделять каналы массовой коммуникации, потому что они действуют в едином медийном пространстве, дополняя информационные потоки друг друга. Современный человек не просто окружен медиасредой, а благодаря цифровым технологиям имеет возможность создавать свой медиамир, собственную информационно-коммуникативную систему, и, таким образом, жить в пространстве цифровых коммуникаций.

Исходя из рассмотренных тенденций развития медиа, можно предположить, что в ходе трансформаций, вызванных цифровой революцией, не могут не претерпевать изменения и научные подходы к изучению роли, новых качеств и свойств информационно-коммуникативных систем, о которой мы слишком мало знаем, особенно о последствиях ее влияния на

человека. Таким образом, трансформации методологических подходов к изучению выдвигается в одну из актуальнейших проблем современного этапа развития цифровой цивилизации.

Научное осмысление любого социального явления или процесса требует теоретического, методологического обоснования предмета исследования, предварительного анализа проблемы и выработки стратегии путей ее решения. Эти и другие этапы получения научных знаний в самом общем виде сводятся к определенному алгоритму, концептуальному методологическому конструкту, который призван выполнять проектную, организационную и прогностическую функции. Под методологическим конструктом научного исследования принято понимать такую когнитивную модель рационально-проектного содержания, которая предопределяет «предметное поле научного исследования, его стратегию, способы и методы решения научно-исследовательских задач» (Ментальные программы ... , 2016. С. 16).

Построение методологического конструкта предполагает наряду с постановкой проблемы уточнение основных терминов и понятий, на основе которых будут осуществляться научный поиск и решение задач исследования. Трансформации научных методов познания возникают всякий раз, когда требуется решить небывалую ранее проблему. Создателю теории относительности А. Эйнштейну (A. Einstein) принадлежит суждение о трансформации подходов к научному познанию: «Вы никогда не сможете решить возникающую проблему, если сохраните мышление и тот же подход, который привел Вас к этой проблеме» (Цит по: Лапшин, 2019. С. 66).

Методы работы с источниками в науках гуманитарного направления зародились давно, едва ли не одновременно с проблемами. Несколько позже появились такие методы, как включенное наблюдение, интервью, экспертные опросы, различные нарративные методы, которые описывают проблему без излишней формализации, и т.п. Сейчас эти и другие методы можно отнести к традиционным. С появлением цифровых технологий и дигитализации сферы гносеологии в научном сообществе все активнее распространяются суждения о неизбежной смене методов и исследовательских парадигм, о необходимости новых теорий и концепций. Нам представляется, что традиционные методы познания сохраняют свое значение в условиях цифровизации всех сторон жизни общества, но вместе с тем возможна и необходима трансформация научных подходов к анализу проблем, порожденных цифровизацией. Логично предположить, что с появлением новой, неведомой

ранее проблемы потребуются адекватный исследовательский инструментарий, способный решить проблему.

Типология реальности

Современное человечество, по утверждениям многочисленных экспертов, живет уже в настоящее время в ментальной инфраструктуре, в так называемой информационной матрице, в сфере искусственно созданной реальности, формируемой социальными сетями и технологиями воздействия на массовое сознание. Для построения теоретико-методологических конструктов исследования новой цифровой реальности необходимо обосновать и уточнить основные понятия и термины, используемые в современных информационно-коммуникативных медиасистемах и практике медиапотребления.

В теоретическом осмыслении феномена полиреальностного мира принято выделять следующие разновидности реальности: виртуальная (VR – Virtual Reality), дополненная (AR – Augmented Reality) и смешанная (MR – Mixed Reality), которые в обобщенном виде принято называть технологиями расширенной реальности (XR – Extended Reality), которая включает широкий диапазон явлений и разработок – от полного реального до полного виртуального.

Виртуальная реальность (VR – Virtual Reality) – компьютерное представление реального мира, основанное на создании компьютерных звуков и изображений, искусственно делая возможным ощущение реальной реальности (RR) с помощью VR-шлема или VR-очков, наушников, джойстиков. Термин «виртуальный» происходит от лат. *virtualis* – «возможный».

Под *дополненной реальностью (AR – Augmented Reality)* понимается компьютерно-опосредованная реальность, которая при помощи специальных эффектов, виртуальных изображений и анимаций дополняет наблюдаемую в жизни реальность (RR). В отличие от виртуальной реальности, заменяющей реальность симуляцией, AR усиливает восприятие реальности за счет добавления компьютерных объектов в реальную среду. Иначе говоря, AR отображает реальный мир в сочетании с виртуальными объектами.

Другая разновидность искусственной реальности, имеющая потенциальные возможности применения в медиакommunikации, – так называемая дополненная реальность (AR), которая с помощью специальных устройств добавляет компьютерные объекты в реальную среду. Иными словами, в дополненной реальности человек одновременно взаимодействует с обеими реальностями.

В качестве примера можно привести функционирование таких гаджетов и приложений, как Pokémon GO, Snapchat и Instagram с фильтрами Motion Tracking, Google Glass.

Еще один тип реальности – это так называемая *смешанная реальность* (MR – *Mixed Reality*) – представляет собой комбинацию свойств AR и VR. От виртуальной реальности MR заимствует эффект погружения, а свойства интерактивности – от дополненной реальности. MR позволяет видеть реальный мир, как в AR, и правдоподобные виртуальные объекты, как в VR. Объекты, создаваемые с помощью технологий дополненной и виртуальной реальности, выглядят как подделка и потому малоубедительны, что снижает доверие к информации. Виртуальные объекты должны выглядеть правдоподобно, как органичная часть реальной среды.

Некоторые тенденции использования различных типов реальности в медиа

Одной из магистральных тенденций развития информационно-коммуникативных технологий в эпоху четвертой промышленной революции является интеграция различных технологических решений в единый сервис. В рамках этой тенденции возникла необходимость создания единого конвергентного устройства, которое совместило бы все технологии в одном и позволило бы человеку одновременно использовать AR, VR, MR. В этих целях были разработаны технологии, способные аккумулировать свойства всех типов реальности. Виртуальные объекты развиваются и должны выглядеть реально, как если бы они были частью информационной среды.

Такой интегрирующей технологией стала *расширенная реальность* (XR – *X-Reality*), которая объединила все реальные и виртуальные среды, создаваемые компьютерной графикой или специальными устройствами.

Чтобы совместить все типы реальности в одном устройстве, разработаны специальные опции, способные погружать человека в виртуальную, дополненную, смешанную реальность, интегрированные в качестве новой, расширенной реальности. К такому типу устройств относятся очки, в которые встроены оптические и проекционные технологии в полупрозрачном дисплее, микрофоны, датчики освещенности, связи, камеры слежения и записи и т.п. Использование подобных конвергентных устройств расширенной реальности оказывает влияние на впечатления пользователей о реальном мире, способно кардинально менять характер и структуру медиапотребления.

На рассмотренном примере создания компьютерных устройств и информационных технологий, интегрирующих различные типы реальности, можно вывести, что технологическая революция существенно опередила теоретическое осмысление динамичных процессов, происходящих в медиаиндустрии.

Чтобы понять, что может принести в медиаиндустрию использование, например, виртуальной реальности, надо осмыслить природу технологии VR. В известной теории М. Маклюэна рассматривается антропоцентричная модель коммуникации, главное место в которой отводится человеку, а средства коммуникации рассматриваются как всего лишь различные способы расширения его чувственного мира. В рамках маклюэновской теории проблематично назвать VR расширением наших чувств по той причине, что «компьютерные изображения, основанные на двоичном коде, в меньшей степени связаны с реальностью, данной нашим чувствам» (Виртуальная реальность ... , 2017).

Рассматриваемый феномен – внешняя сторона визуализации реальности. Двоичный код представляет собой всего лишь инструмент, некий аудиовизуальный строительный материал для экранного произведения. Гораздо важнее для осмысления природы виртуальной реальности вопрос о том, какие культурные формы может принять VR, особенно с появлением новых медиа. Несмотря на смену множества моделей телевидения, типология культурных форм не обладает широкой вариативностью: зритель традиционно видит на экране студию с ведущими на фоне логотипа, «говорящие головы» за круглым столом или участников дискуссии, побуждаемых модератором.

Виртуальность дает возможность широко применять приемы иммерсивной журналистики, ранее определяемой как «репортаж с места события», когда корреспондент находился в гуще реальной жизни. Благодаря VR у зрителя имеется возможность побывать в местах, в которых он никогда не сможет побывать. Например, в проекте RT «360» на телеэкране создается полная иллюзия, что зритель находится на космической станции, любуется из иллюминатора на землю, на пейзажи космического пространства. Благодаря технологии виртуальной реальности телезритель становится соучастником события. VR позволяет полностью погрузиться в новую реальность и отвлечься от повседневной действительности. Несмотря на богатые возможности, предоставляемые технологией VR, в практическом применении она пока предстает в форме зрелищной демонстрации.

Разнообразие реальностей вынуждает человека все в большей мере доверять информации, создаваемой искусственными интеллектуальными системами, которые работают на наноскоростях, превышающих возможности мыслительной деятельности человека. В результате окружающий нас мир становится «нечеловекомерным».

Согласно расчетам компании Gartner, уже в 2020 г. 85 % взаимодействий между производителями и потребителями будет приходиться на долю искусственного интеллекта. Алгоритм, выработанный искусственным интеллектом, позволяет с прецизионной точностью отыскивать индивидуальный подход к каждому потребителю. При этом предикативные технологии анализа больших данных позволяют прогнозировать социальные и потребительские модели поведения на основе транзакций коммуникативных паттернов, ценностных ориентаций и социокультурных потребностей различных социальных групп.

Уже сейчас дигитализация и обусловленное ею развитие облачных и мобильных технологий, Интернет вещей и другие цифровые технологии приводят к пересмотру взаимоотношений в обществе с государственными институтами власти и управления.

Опубликованная в апрельском номере журнала The Atlantic статья Н. Христакиса (N.A. Christakis) носит симптоматичное название How AI Will Rewire Us («Как ИИ перекоммутирует нас») (Christakis, 2019). На примерах из эволюционного развития человечества ученый делает вывод о том, что способность людей к адаптации в различных обстоятельствах развивают изобретения в сфере технологий коммуникации. «Радикальные инновации трансформируют жизнь современного человека. Относительно недавно изобретения технологии, включая печатную прессу, телефон и интернет, произвели революцию в общении и в том, как мы храним, передаем информацию» (Christakis, 2019).

Революционные преобразования с помощью социальных коммуникаций ощущаются уже в настоящее время. Например, искусственный интеллект пронизывает все сферы общественной жизни и активно участвует в наших социальных коммуникациях: *разнообразные социальные боты*, далеко не всегда отличающиеся нами от людей; *рекомендательные системы*, на которые мы полагаемся при принятии решений, не менее чем на мнения друзей и специалистов в ходе коммуникации с ними; *поисковики*, формирующие наше понимание большинства проблем, вокруг которых выстраиваются социальные коммуникации, и т.п. (ИИ нас расчеловечивает; Christakis, 2019).

В настоящее время и в ближайшем будущем чувства и эмоции телезрителей станут валютой для рекламодателей и вещателей. Цифровые

технологии позволяют перевести впечатления, ощущения и эмоции в объективную реальность. Благодаря развитию технологий искусственного интеллекта появляется надежда с помощью анализа больших данных создавать теоретические и методологические конструкты осмысления отмеченных процессов в сфере гуманитарных наук.

Благодаря достижениям в биометрии контакт-центры смогут по голосу идентифицировать клиента. Искусственный интеллект постепенно овладевает естественным языком, и с помощью синхронного машинного перевода со временем удастся преодолеть языковой барьер, что открывает хорошие перспективы для глобальных контакт-центров. Отмеченные тенденции развития искусственного интеллекта и конвергенции каналов коммуникации позволяют сделать вывод о наступлении *эпохи суперомниканальности* (Контакт-центр 2029 ... , 2018).

Уже в настоящее время элементы цифровой цивилизации характеризуются небывалой скоростью обработки и распространения информации. В отличие от прежних годовичных, месячных и недельных циклов на принятие оптимального решения отводятся минуты и даже секунды. Соответственно, меняются горизонты планирования и прогнозирования социально-экономических, социокультурных и коммуникативных процессов. Таким образом, цифровая реальность создает принципиальные основы развития новой ступени цифровой цивилизации (Dugin, 2018. P. 3–18).

Переход на цифровые технологии хозяйственной деятельности и управления выдвигается в один из ключевых приоритетов прорывного развития нашей страны. Цифровая экономика определяется как «хозяйственная деятельность, ключевым фактором производства в которой являются данные в цифровой форме, и способствует формированию информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений, развитию информационной инфраструктуры Российской Федерации, созданию и применению российских информационно-телекоммуникационных технологий, а также формированию новой технологической основы для социальной и экономической сферы» (Программа «Цифровая экономика», 2017).

Исходя из данного определения, государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» служит ориентиром в стремительном мире изменений и цивилизационных вызовов, формулирует стратегические, национальные цели развития страны на ближайшие годы. В первоначальном виде программа состояла из пяти направлений по нормативному регулированию, образованию, подготовке кадров, формирова-

нию исследовательских компетенций, ИТ-инфраструктуре и *кибербезопасности*. В начале 2018 г. программа была дополнена проектом «Умный город». В системном единстве эти направления представляют собой *стратегию цифрового развития страны*.

По данным ООН, на мировой цифровой карте Россия занимает 32-е место, по соседству с Израилем и Голландией – довольно развитыми экономиками мира. Мобильная связь в России довольно высокого качества и, что немаловажно, в 10 раз дешевле, чем в Соединенных Штатах Америки, и в шесть раз дешевле, чем в Европе¹.

Реализация программы «Цифровая экономика Российской Федерации» потребует разработки сквозных технологий и выделения лидирующих исследовательских центров по таким направлениям, как технологии виртуальной и дополненной реальности, квантовые вычисления, большие данные, искусственный интеллект, передовые и производственные технологии. Общий объем инвестиций на развитие цифровой экономики до 2024 г. составит 413 млрд рублей².

Ряд ключевых направлений развития цифровой экономики корреспондируется с задачами и функциями информационно-коммуникативных медиасистем, которые включают в себя как традиционные, так и новые медиа. Так, положения программы по «формированию информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений»³ аналогичны функциям отечественных медиа. Совершенствование информационной инфраструктуры Российской Федерации, равно как развитие информационного общества, входит в целевые установки медиасистемы страны. Таким образом, задачи, функции, инфраструктура цифровой экономики имеют много общего с развитием медиакоммуникаций.

В этом функциональном сходстве медиа и современной экономики знаний заключен огромный и малоизученный потенциал системного влияния медиа на развитие общества и государства, что актуализирует проблему исследования коммуникативной составляющей цифрового развития страны.

Вследствие того, что теория отстает от практики, ученые отрицают возможность разработки теории, в частности, построения методологических конструктов анализа медиапроцессов, а полагаются пре-

¹ Из доклада заместителя председателя Правительства РФ М.А. Акимова на четырехста сорок восьмом заседании Совета Федерации 11 декабря 2018 г. // Стенограмма четырехста сорок восьмого заседания Совета Федерации 11 декабря 2018 г.

² Там же.

³ Программа «Цифровая экономика»: утверждена Распоряжением Правительства России от 28 июля 2017 года № 1632-р.

имущественно на экспертные мнения. Для медиатизированного массового и специализированного сознания становится привычным подменять мнениями политиков, чиновников и экспертов методологически обоснованные концепции.

В качестве примера приведем методы и способы, которыми проводились в России мероприятия по отключению аналогового телевидения и переход на цифровой формат вещания с целью устранить информационное неравенство в стране. Цифровизация телевизионного вещания остается актуальной и нерешенной проблемой из-за отсутствия внятной стратегии у Министерства цифрового развития связи и массовых коммуникаций РФ.

Методы проведения цифровизации телевидения оказались сродни пенсионной реформе, потому что губительно сказываются на положении самых социально незащищенных слоев населения, а в переходе на цифровые форматы – на судьбе местных телекомпаний. Пренебрежение научными разработками в сфере регионального телевидения привело к непродуманным решениям в переходе на цифровые форматы телевизионного вещания в стране. В обоих случаях чиновники продемонстрировали в очередной раз акт «самодискредитации российского либерализма» (Гринберг, 2018. С. 5).

Следует признать, что теория медиа отстает от технологических разработок в сфере сбора, передачи и распространения информации. Вот уже третье десятилетие отечественные теоретики медиа публикуют работы, в которых фиксируются теории и взгляды западных ученых, которые не имеют отношения к отечественной практике медиа. Сетуют, что разработке теории мешают слишком высокие скорости, с которыми меняются технологии коммуникации (Дзялошинский, 2019; Самарцев, 2019). Такие суждения справедливы для методологических подходов, в задачу которых входит описание процессов. Но наука не может ограничиваться исключительно описаниями. В современных теоретико-методологических подходах не просматривается прогностическая функция, стремление заглянуть за горизонт повседневности. Ощутимым тормозом развития научного осмысления медиа является недостаток прогнозных сценариев. Нужны фундаментальные идеи, основанные на логике социальных трансформаций общества, потребностях и ценностных ориентациях населения, а также на гуманистических тенденциях развития информационно-коммуникативных, цифровых технологий (Двадцать пять лет социальных трансформаций ... , 2018). Идеи погружения в виртуальную, голографическую реальность были предложены отечественными учеными еще в 60-е гг. XX в. Мало

кому известно, что в те годы в СССР насчитывалось около двадцати 3D-кинотеатров. И широко известное эссе С. Эйзенштейна о возможностях 3D появилось благодаря экранизации советского стереофильма «Робинзон Крузо» (Виртуальная реальность ... , 2017).

Можно полагать, что выигрывает не то средство коммуникации, которое имеет лучший контент или зиждется на передовых технологиях, а то, которое имеет доступ к аудитории, к коммуникативным сообществам и успешно взаимодействует со своим зрителем, читателем, слушателем, медиапользователем.

Отмеченные технологические трансформации, способствующие переводу экономики, народного хозяйства, всех сфер жизни на цифровой язык, выдвигают необходимость изменения методологических подходов к исследованию медиа, к переосмыслению имеющихся концептов теории информации и коммуникации. При этом представляется важным учитывать методологическое замечание, «что нынешнюю технологическую революцию характеризует не центральная роль знаний и информации, но применение таких знаний и информации к генерированию знаний и устройствам, обрабатывающим информацию и осуществляющим коммуникацию, а в *кумулятивной петле обратной связи* (выделено нами. – Е.Д.) между инновациями и направлениями использования инноваций» (Кастельс, 2000). Исходя из проведенного анализа тенденций развития цифровизации и научного их осмысления, можно сформулировать следующие наиболее перспективные аспекты проблематики для научных исследований и дискуссий: большие данные и искусственный интеллект для ТВ и онлайн-предложений; персонализированное телевидение: воспроизведение, голосовое управление и рекомендательные двигатели; умный дом: как можно добиться монетизации; Quo Vadis TV Distribution: выключение SD по всему IP, только ли потоковое?; закон о СМИ и правовое регулирование цифровых платформ; 5G-потенциалы, концепции, продукты и возможность для местных операторов и новых игроков рынка; авторское право; кибербезопасность и информационная безопасность, виртуализация сети и инфраструктуры.

Эти и другие проблематики входят в повестку дискуссий научных конференций и медиафорумов. Несмотря на попытки анализа развития цифровых платформ в сфере медиа и массовых коммуникаций, актуальная проблема коммуникативной составляющей цифрового развития остается малоизученной. Развитие цифровой экономики обусловлено новыми подходами в математике и науках, основанных на интенсивном использовании большого объема данных (data intensive

sciences). Использование технологии (big data) в анализе информационно-коммуникативных систем могли бы значительно расширить возможности медиаиндустрии по созданию контента на основе большого количества данных.

Цифровые технологии в научном осмыслении информационно-медийного пространства

Благодаря распространению цифровых технологий, дальнейшему развитию социальных сетей и появлению мессенджеров существенно преобразуется информационно-коммуникативное, медийное пространство России. Едва успел завоевать лидирующие позиции сайт, благодаря которому вся информация аккумулировалась в одном месте, как на смену этой привычной модели приходит новая архитектура подачи информации. Сайтовая структура организации информационно-медийного пространства постепенно сменяется потоковой информацией в ленте новостей, размещающейся в соцсетях, потому что удобнее получать информацию, заранее подобранную в соответствии с ценностными ориентациями, вкусами и предпочтениями аудитории. Как известно из теории информации, аккумулированная информация обладает значительно более высокой эффективностью, нежели неструктурированный поток новостей. Наряду с этим на основе транзакций клиента и поведенческих паттернов социальных групп цифровые технологии способны создавать ситуации общения и даже прогнозировать действия аудитории.

Цифровые технологии могут предоставить новые возможности реализации аналитических проектов в гуманитарной сфере, в широком применении компьютерных способов сбора, анализа, агрегирования, обобщения информации, построения типологии изучаемых объектов, а также методов моделирования ситуаций, связанных с решением актуальных проблем.

Выводы и предложения

Анализ развития цифровых технологий в медиаиндустрии, проведенный в настоящей статье, показывает, что методологические концепты и подходы к изучению медиапроцессов трансформируются благодаря новым возможностям цифровых технологий. В настоящее время едва ли не в каждом исследовательском проекте в сфере медиа используются компьютерные технологии для выстраивания непротиворечивых типологий, моделирования бизнес-моделей изданий и телевизионных компаний, для создания цифровых портретов, моделей телепотребления аудитории и коммуникативных сообществ и т.д.

Было бы методологической ошибкой сводить цифровизацию только к компьютерным технологиям. Цифровые технологии способны менять традиционные экономические и медийные законы. Например, такое распространенное явление, как массовая кастомизация, возникло благодаря цифровым технологиям и сейчас активно используется в медиаиндустрии, основным трендом развития которой становятся медиапотребление и переход на цифровые технологии.

Цифровизация все активнее применяется в научных исследованиях информационно-коммуникативных медиапроцессов на каждом этапе научного анализа: от разработки гипотез, теоретико-методологического обоснования научной проблемы до алгоритмов сбора, обобщения информации, выстраивания коммуникативных стратегий и форматов информационных каналов и формулирования выводов по практическому использованию результатов исследования. Уже сейчас в исследованиях аудитории используются возможности новых способов измерения, основанные на изучении метаданных. Совокупность больших массивов данных позволяет представить детализированную картину того, какие медиаканалы используют представители разных сегментов аудитории, и выявить зависимость модели восприятия контента от типа информации.

Использование технологий искусственного интеллекта и машинного обучения позволяет адресовать контент тому медиапотребителю, который нуждается именно в этом типе информации, а также позволяет значительно сократить время поиска контента. Более того, применение цифровых технологий способно создавать «мультиплатформенность», благодаря чему медиапотребитель может получать контент там, где ему удобно. Иными словами, в отличие от традиционной модели медиапотребления, согласно которой пользователь следовал за контентом, современные цифровые технологии способны перенаправлять коммуникативные потоки, когда информация следует за человеком в разных средах и делает возможной интерактивную коммуникацию. Полагаем, что будущее телевидения может развиваться на интерактивной составляющей. При таком подходе модель коммуникации становится *антропоцентричной*, потому что она фокусируется на потребностях, ценностных ориентациях, социокультурных предпочтениях личности. В этой связи приоритет в разработке теоретико-методологических конструктов исследования медиа должен принадлежать осмыслению гуманистических ценностей общества, их экранному отображению и формированию, а не технологиям (Волков, 2017).

Для теории информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики отмеченная трансформация информационных потоков

означает переход к исследованиям диалоговой модели коммуникации, что потребует разработки нового исследовательского инструментария, адекватных методологических концептов. В развитии цифровизации все отчетливее проявляется тенденция перехода от информационного общества к обществу больших данных, для управления которыми нужны новые исследовательские парадигмы, методологические концепты и обоснование сценариев общественного развития. Допускаем, что именно данные сценарии могут стать основой создания новых теорий и методологических концептов информационно-коммуникационных процессов.

Литература

Виртуальная реальность – чья она? Это реальность китайского телевидения? Fox? Universal? Режим доступа: <https://www.colta.ru/articles/cinema/16700-virtualnaya-realnost-chya-ona-eto-realnost-kitayskogo-televideniya-fox-universal>.

Волков Ю.Г. Социология будущего: социологическое знание и социальный проект. М.: КНОРУС, 2017. 178 с.

Гринберг Р. Пенсионная реформа как очередной акт самодискредитации российского либерализма // Мир перемен. 2018. № 3. С. 5–10.

Двадцать пять лет социальных трансформаций в оценках и суждениях россиян: опыт социологического анализа / М.К. Горшков [и др.]; отв. ред. М.К. Горшков, В.В. Петухов. М.: Весь мир, 2018. 384 с.

Дзялошинский И.М. Риски цифрового мира: модели защиты // Журналист. Социальные коммуникации. 2019. № 3. С. 5–19.

Доклад заместителя председателя Правительства РФ М.А. Акимова на четырехста сорок восьмом заседании Совета Федерации 11 декабря 2018 г. // Стенограмма четырехста сорок восьмого заседания Совета Федерации 11 декабря 2018 г.

Дугин Е.Я. Медиа составляющая цифровой экономики // Вестник Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. 2018. № 4. С. 159–174.

Дугин Е.Я. Методология исследования информационно-коммуникативных систем и журналистики. М.: Академия медиаиндустрии, 2017. 189 с.

References

Virtual reality – whose is it? Is this the reality of Chinese television? Fox? Universal? Available at: <https://www.colta.ru/articles/cinema/16700-virtualnaya-realnost-chya-ona-eto-realnost-kitayskogo-televideniya-fox-universal>.

Volkov, Yu.G. (2017). Sociology of the future: sociological knowledge and social project. M.: KNORUS.

Grinberg, R. (2018). Pension reform as another act of self-discrediting Russian liberalism. *Mir peremen*, 3, 5-10. (in Russian).

Twenty-five years of social transformations in the assessments and judgments of Russians: the experience of sociological analysis (2018). M.K. Gorshkov et al.; M.K. Gorshkov, V.V. Petukhov (Eds.). M.: Ves' mir.

Dzyaloshinskiy, I.M. (2019). Risks of the digital world: models of protection. *Zhurnalistsotsial'nye kommunikatsii*, 3, 5-19. (in Russian).

Report of the deputy Prime Minister of the Russian Federation M.A. Akimov at the 448 th. meeting of the Federation Council on December 11, 2018. *Stenogramma chetyrestsatorok vos'mogo zasedaniya Soveta Federatsii 11 dekabrya 2018 g.*

Dugin, E.Ya. (2018). Media component of the digital economy. *Vestnik Mosk. un-ta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 4, 159-174. (in Russian).

Dugin, E.Ya. (2017). Methodology for the study of information and communication systems and journalism. M.: Akademiya mediaindustrii.

Дугин Е.Я. Региональное телевидение в условиях цифровых трансформаций // Журналист. Социальные коммуникации. 2019. № 1. С. 15–32.

Дугин Е.Я. Региональное телевидение: стратегии развития или судьба? // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 1. С. 27–39.

Дугин Е.Я. Телевидение в условиях мультимедийности. М.: Русника, 2013. 171 с.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ.; под науч. рук. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 287 с.

Контакт-центр 2029: как компании будут общаться с людьми через 10 лет. Режим доступа: [https:// www.vedomosti.ru/press_releases/2018/12/24/kontakt-tsentr-2029-kak-kompanii-budut-obschatsya-s-lyudmi-cherez-10-let?utm_campaign=newspaper_25_12_2018&utm_medium=email&utm_source=vedomosti](https://www.vedomosti.ru/press_releases/2018/12/24/kontakt-tsentr-2029-kak-kompanii-budut-obschatsya-s-lyudmi-cherez-10-let?utm_campaign=newspaper_25_12_2018&utm_medium=email&utm_source=vedomosti).

Латишин А.О. Глобализация и цифровое общество: заметки на полях // Власть. 2019. № 1.

Ментальные программы и модели социального поведения в российском обществе / отв. ред. А.В. Лубский. Ростов н/Д.: Фонд науки и образования. 2016. С. 16–17.

Некоторые физики начали подозревать, что физическая реальность – это иллюзия. Режим доступа: [https:// shazoo.ru/2019/03/27/77527/nekotorye-fiziki-nachali-podozrevat-cto-fizicheskaya-realnost-eto-illyuziya?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com](https://shazoo.ru/2019/03/27/77527/nekotorye-fiziki-nachali-podozrevat-cto-fizicheskaya-realnost-eto-illyuziya?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com).

ИИ нас расчеловечивает. Режим доступа: [https:// zen.yandex.ru/media/id/5a3bc6e5256d5ca91fc90afe/ii-nas-raschelovechivaet-5c921200d8c70400b330deda](https://zen.yandex.ru/media/id/5a3bc6e5256d5ca91fc90afe/ii-nas-raschelovechivaet-5c921200d8c70400b330deda).

Программа «Цифровая экономика»: утв. Распоряжением Правительства России от 28 июля 2017 г. № 1632-р.

Самарцев О.Р. Функциональная трансформация нарратива в практике современных медиа // Журналист. Социальные коммуникации. 2019. № 3. С. 20–28.

Цифровая повестка: вызовы и законодательные решения // Аналитический вестник аналитического управления Аппа-

Dugin, E.Ya. (2019). Regional television in the context of digital transformation. *Zhurnal'ist. Sotsial'nye kommunikatsii*, 1, 15–32. (in Russian).

Dugin, E.Ya. (2017). Regional television: development strategies or destiny? *Zhurnal'ist. Sotsial'nye kommunikatsii*, 1, 27–39. (in Russian).

Dugin, E.Ya. (2013). Television in a multimedia environment. М.: Rusnika.

Castells, M. (2000). The Information Age: Economics, Society and Culture. Trans. from English, O.I. Shkaratan (Scient. Supervision). М.: GU VShE.

Contact center 2029: how companies will communicate with people in 10 years. Available at: [https:// www.vedomosti.ru/press_releases/2018/12/24/kontakt-tsentr-2029-kak-kompanii-budut-obschatsya-s-lyudmi-cherez-10-let?utm_campaign=newspaper_25_12_2018&utm_medium=email&utm_source=vedomosti](https://www.vedomosti.ru/press_releases/2018/12/24/kontakt-tsentr-2029-kak-kompanii-budut-obschatsya-s-lyudmi-cherez-10-let?utm_campaign=newspaper_25_12_2018&utm_medium=email&utm_source=vedomosti).

Lapshin, A.O. (2019). Globalization and digital society: marginal notes. *Vlast'*, 1. (in Russian).

Mental programs and models of social behavior in Russian society (2016). A.V. Lubskiy (Ed.). Rostov n/D.: Fond nauki i obrazovaniya.

Some physicists have begun to suspect that physical reality is an illusion. Available at: [https:// shazoo.ru/2019/03/27/77527/nekotorye-fiziki-nachali-podozrevat-cto-fizicheskaya-realnost-eto-illyuziya?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com](https://shazoo.ru/2019/03/27/77527/nekotorye-fiziki-nachali-podozrevat-cto-fizicheskaya-realnost-eto-illyuziya?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com).

ИИ dehumanizes us. Available at: <https://zen.yandex.ru/media/id/5a3bc6e5256d5ca91fc90afe/ii-nas-raschelovechivaet-5c921200d8c70400b330deda>.

The Digital economy program approved by Decree of the Government of Russia dated July 28, 2017. No. 1632-r.

Samartsev, O.R. (2019). Functional transformation of narrative in the practice of modern media. *Zhurnal'ist. Sotsial'nye kommunikatsii*, 3, 20–28. (in Russian).

Digital agenda: challenges and legislative decisions (2018). *Analiticheskiy vestnik analiticheskogo upravleniya Apparata Soveta*

рата Совета Федерации. 2018. № 1. С. 83.

Что такое реальность? Попробуем разобраться! Режим доступа: [https:// zen. yandex. ru/ media/ scienceliferu/ chto-takoe-realnost-poprobuem-razobratsia-5ca5f51c26261500b3115059](https://zen.yandex.ru/media/scienceliferu/chto-takoe-realnost-poprobuem-razobratsia-5ca5f51c26261500b3115059).

Яницкий О.Н. Переход на «цифру»: задачи науки и образования // Власть. 2019. № 1.

CISCO: К 2022 году на каждого россиянина будет приходиться 6 подключенных устройств. Режим доступа: [https:// proiot. pro/ materials/ iot-rynok/ news/ cisco-k-2022-godu-na-kazhdogo-rossiyanina-budet-prihoditsya-6-podklyuchennykh-ustroystv](https://proiot.pro/materials/iot-rynok/news/cisco-k-2022-godu-na-kazhdogo-rossiyanina-budet-prihoditsya-6-podklyuchennykh-ustroystv).

Dugin E. Methodology of Media research in the “era of digital civilization” // European Journal of Philosophical Research. 2018. № 5 (1). P. 3–18.

Christakis N.A. How AI Will Rewire Us. Available at: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2019/04/robots-human-relationships/583204>.

Federatsii, 1, 83. (in Russian).

What is reality? Let's try to figure it out! Available at: [https:// zen. yandex. ru/ media/ scienceliferu/ chto-takoe-realnost-poprobuem-razobratsia-5ca5f51c26261500b3115059](https://zen.yandex.ru/media/scienceliferu/chto-takoe-realnost-poprobuem-razobratsia-5ca5f51c26261500b3115059).

Yanitsky, O.N. (2019). Transition to the “digit”: tasks of science and education. *Vlast'*, 1. (in Russian).

CISCO: K 2022 godu na kazhdogo rossiyanina budet prikhodit'sya 6 podklyuchennykh ustroystv. Available at: [https:// proiot. pro/ materials/ iot-rynok/ news/ cisco-k-2022-godu-na-kazhdogo-rossiyanina-budet-prihoditsya-6-podklyuchennykh-ustroystv](https://proiot.pro/materials/iot-rynok/news/cisco-k-2022-godu-na-kazhdogo-rossiyanina-budet-prihoditsya-6-podklyuchennykh-ustroystv).

Dugin, E. (2018). Methodology of Media research in the “era of digital civilization”. *European Journal of Philosophical Research*, 5 (1), 3-18.

Christakis, N.A. (2019). How AI Will Rewire Us. Available at: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2019/04/robots-human-relationships/583204>.

Поступила в редакцию

1 октября 2019 г.