ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья
УДК 81.37
doi: 10.18522/2070-1403-2026-116-3-114-120

ДИСКУРСИВНАЯ ГРАММАТИКА ИММЕРСИВНЫХ СМИ: ПОГРУЖЕНИЕ, ИНТЕРАКТИВНОСТЬ, ЭМПАТИЯ

© ***Артем Михайлович Малейко[1], Игорь Александрович Кудряшов[2]***
[1, 2]Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия
[1]maleiko@sfedu.ru [2]iakydryashov@sfedu.ru

Аннотация. Представлена фундаментальная идея дискурсивной грамматики иммерсивных СМИ, заключающаяся в том, чтобы позволить целевой аудитории фактически войти в виртуально воссозданный сценарий, представляющий новостной сюжет, воспринять текущую событийность от первого лица. Показано, что в этом отношении журналистика с глубоким погружением обеспечивает телесную, пространственную и временную вовлеченность при «переживании» новостей, воссозданных в виртуальном универсуме. При этом чем выше способность системы блокировать внешние раздражители, тем эффективнее будут внутренние стимулы, а также степень погружения адресата. Утверждается, что благодаря интегрированному сочетанию иллюзий присутствия, правдоподобия и присвоения виртуального тела иммерсивные СМИ приобретают способность вызывать ощущение пребывания в реальном пространстве переживания объективных событий.

Ключевые слова: лингвистика текста, новостной дискурс, иммерсивность, эмоции, модальность, когнитивные эффекты текста.

Для цитирования: Малейко А.М., Кудряшов И.А. Дискурсивная грамматика иммерсивных СМИ: погружение, интерактивность, эмпатия // Гуманитарные и социальные науки. 2026. Т. 116. № 3. С. 114-120. doi: 10.18522/2070-1403-2026-116-3-114-120

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

Discursive grammar of immersive mass-media: involving, interactivity, empathy

© ***Artem M. Maleyko[1], Igor A. Kydryashov[2]***
[1, 2]Southern federal university, Rostov-on-Don, Russian Federation
[1]maleiko@sfedu.ru [2]iakydryashov@sfedu.ru

Abstract. The fundamental idea of the discursive grammar of immersive media is presented, which is to allow the target audience to actually enter a virtually recreated scenario representing a news story and perceive the current events in the first person. It is shown that in this regard, deep-immersion journalism provides bodily, spatial and temporal involvement in the "experience" of news recreated in a virtual universe. At the same time, the higher the system's ability to block external stimuli, the more effective the internal stimuli will be, as well as the degree of immersion of the recipient. It is argued that due to the integrated combination of illusions of presence, verisimilitude and appropriation of a virtual body, immersive media acquire the ability to evoke the feeling of being in a real space experiencing objective events.

Key words: text linguistics, news discourse, immersiveness, emotions, modality, cognitive effects of the text.

For citation: Maleyko M.A., Kydryashov I.A. Discursive grammar of immersive mass-media: involving, interactivity, empathy. *The Humanities and Social Sciences*. 2026. Vol. 116. No 3. P. 114-120. doi: 10.18522/2070-1403-2026-116-3-114-120

Введение

Современный мир погружен в аутентичную цифровую экосистему, в которой потребление новостных текстов становится персонализированным, адаптированным к индивидуальным потребностям, предрасположенностям и эмоциональным моделям целевой аудитории.

Вписываясь в повествовательные способы, доминирующие в определенную эпоху, тексты СМИ является продуктом лингвистической деятельности, которая исходно наследуется от традиционных форм, а впоследствии перестраивается таким образом, чтобы соответствовать текущим обстоятельствам и потребностям.

Начиная с *acta diurna* Древнего Рима и заканчивая современными СМИ, история развития информационных потоков заимствует ранее существовавшие нарративные ресурсы, адаптирует их для своих текущих актуальных целей. Форма масс-медийных текстов (способ подачи новостных сообщений) так же актуальна, как и их содержание. Поиск новых форм всегда оказывается актуальной проблемой в журналистской деятельности, в том числе, в связи с технологиями погружения читательской аудитории в результирующий текст.

В лингвистике текста концепция погружения традиционно трактуется как совокупность исследовательских методов, основанная на предпосылке, что автор призван тратить значительные ментальные усилия на изучение окружающей действительности, прежде чем сообщить о ней целевой аудитории. Данная методика оказывается фундаментальным условием оптимального репортажа, имеет параллели с методами, используемыми в этнографии, которая основывает свое изучение на социальной реальности посредством глубокого погружения в рутину и ритуалы [1, с. 12–13].

Обсуждение

Погружение – это не только процесс расследования событийности, но и онтологическое условие для того, чтобы передать адресату ощущение нахождения в иной реальности. Журналист предварительно многомерно анализирует актуальную ситуацию, чтобы впоследствии целевая аудитория испытала когнитивный эффект нахождения в этой ситуации. Для читателя погружение – это ментальный акт воображения, для репортера – физический опыт, необходимый для осуществления профессиональной деятельности. Сенсорный и рефлексивный потенциал иммерсивных технологий придает погружению экстраноматическое качество благодаря эффекту ощущения присутствия в воспроизводимой реальности.

Целью реализации новостных проектов становится инициация информации о текущих событиях в иммерсивных форматах [2]. Для достижения этой цели журналисты работают, в частности, с панорамным видео и позиционным звуком, задействуют модули распознавания голоса для навигации по новостям, применяют технологию видеосъемки с отслеживанием на 360°, привязывают объекты к базам данных контента и архивам новостей, интегрируют распознавание и отслеживание перемещений читателей, чтобы усилить ощущение погружения. Эксперименты с этими технологиями основаны на том априорном предположении, что при просмотре определенных видов новостей целевая аудитория переносится в пространство, в котором событие происходит с помощью иммерсивной рекреации, создающей ощущение нахождения в актуальном дейктическом центре.

Текущие представления об архитектонике иммерсивного формата формируются под воздействием постулатов о том, что адресат текста может каким-то образом взаимодействовать с сюжетной канвой репортажного повествования, потенциально испытывать эффект непосредственного ощущения присутствия в пространстве, задаваемом журналистом. Термин «иммерсивный» истолковывается по-разному. Для некоторых исследователей он ассоциируется с презентацией исторических реалий, которая позволяет пользователям Интернета взаимодействовать с элементами истории или конкретными фактическими данными [3]. Другие исследователи придерживаются мнения, согласно которому развитие технологий, с помощью сенсорных средств нейтрализующих физические границы, становится плодотворным для журналистов [4].

Стремительный рост технологий и массовое производство контента виртуальной реальности способствуют развитию иммерсивных характеристик, связанных с ощущением присутствия в освещаемом актуальном событии. Исследователи говорят о процедурной риторике, обозначающей специфический способ использования языковых средств в качестве основы для формирования стратегии убеждения [5, с. 78]. В этом случае базовым форматом является

интерактивность, опыт, основанный на сенсорном восприятии ситуации: повышается осознание и восприимчивость целевой аудитории к тому, о чем повествует журналист. Выдвигается идея локализованного значения: обучение индивида усиливается с учетом такого фактора, как определенный контекст.

Постулаты о читательском погружении в текст выдвигались задолго до появления цифровых технологий. Читатели погружаются в вымышленный универсум, основанный на фактах и созданный на основе их воображения с использованием явных/косвенных ключей, предлагаемых автором. Процессы погружения активируют сферу воображения двух субъектов, вовлеченных в художественную коммуникацию:

1. автор запускает эти процессы с опорой на дискурсивную архитектонику текста;
2. читатель интерпретирует текст, наполняет его субъективными смыслами, отождествляя свое «Я» с образами персонажей.

С точки зрения теории рецепции, смысл текста формируется во время чтения, в ходе взаимодействия автора и читателя при скрытом посредничестве рассказчика [6]. Художественное повествование переносит читателя далеко от того, что происходит здесь и сейчас. Повествовательные универсумы, которые могут быть вымышленными или реалистичными – ментальные пространства, куда попадает читатель/зритель/слушатель вследствие психологических процессов, активируемых сопряжением между поверхностной формой и глубинным содержанием текста.

Погружение – это психологическая деятельность, которая стимулируется текстом, дает читателю ощущение переноса в иную реальность. Ментальный слепок этой реальности формируется в читательском сознании на основе логических умозаключений и эмоциональных реакций на перипетии в сюжетной канве текста. С опорой на умозаключения читатель восполняет пробелы в причинно-следственной архитектонике повествовательных универсумов, применяя логические операции, актуальные для повседневной действительности, прибегает к знаниям, почерпнутым из накопленного жизненного опыта. Эмоциональные реакции, свидетельствующие об активном участии читателя в детализации смыслового содержания текста, являются выражением уникального опыта, полученного при постижении повествовательных универсумов.

Традиционное новостное повествование устанавливает ряд стандартных стратегий, направленных на создание ощущения достоверности освещаемых фактов. Объективная журналистика основана на формальном разделении фактов и мнений, балансе между различными версиями одного и того же события. Для такого формата повествования характерно отсутствие проявления образов журналиста и рассказчика. Другими словами, дискурсивный стиль традиционной прессы основан на том, что, используя разнообразные ресурсы, он раскрывает фактическую природу событий, выстраивая непротиворечивую структуру отношений между фактами, предоставляя актуальную информацию, которая также имеет эмоциональное измерение.

Восприятие новостей от первого лица усиливает эмоциональную реакцию целевой аудитории. Акцент на эмоциональном вовлечении предопределил выделение двух уровней погружения: пространственное и эмоциональное. Пространственное погружение относится к взаимодействию с физическим окружением, эмоциональное погружение характеризуется взаимодействием с персонажами. Эмоциональное погружение обеспечивает значительно более захватывающий опыт восприятия текста, чем пространственное погружение, которое основывается на качествах восприятия и чувстве физического присутствия. Однако такая аналитическая классификация различных уровней погружения проблематична, поскольку пространственные характеристики виртуальной среды – в частности, ощущение присутствия в определенном локусе – создают эмоциональные взаимосвязи адресата с текстом.

В аудиовизуальной сфере официальные новостные сообщения реализуются в стандартном формате: внимание адресата фокусируется на визуальной дистанции репортеров по отношению к актуальным событиям. Форма текстов СМИ представляет собой символические

репрезентации, предшествующие содержанию. Теория медиации исходит из предпосылки, что форма является организующим масс-медийным принципом, контейнером, в который должны быть вписаны все типы материалов, что иногда может быть чрезмерно ограничивающим фактором. По этой причине из этой стандартной риторики существуют определенные исключения.

В противовес новостному изложению фактов разрабатывается модель повествования, естественным форматом которой является репортаж. В рамках этой модели получает признание драматическая повествовательная структура: обобщаются такие техники, как построение «сцены за сценой», полная запись всех диалогов, активация точки зрения персонажей, детализованное изложение информации о персонажах, сопряженных ситуациях и текущей обстановке. Эти техники направлены на то, чтобы оптимально погрузить читателя в сюжет повествования. Поиск форм повествования, выходящих за рамки общепринятых правил, является актуальной тенденцией в профессии журналиста. В настоящее время одним из направлений исследований является анализ возможностей, предоставляемых иммерсивными и интерактивными аудиовизуальными форматами.

В сфере изучения виртуальной реальности проводится различие между технологическим качеством опыта – погружением – и субъективным ощущением себя в представляемом пространстве – присутствием. Обсуждаются и эмпирически исследуются элементы, влияющие на качество погружения в виртуальную реальность. Подавляющая часть усилий создателя текста направляется на то, чтобы сфокусировать внимание адресата на технологических особенностях результирующего произведения. Чем выше качество системы, тем лучше ощущение присутствия. Пространственное присутствие в большей степени зависит от поля зрения, стереоскопии и уровня отслеживания фактов, чем от качества изображения и разрешения звука.

Данная система важна для создания иллюзии нахождения внутри изображения (иллюзии пространства), в виртуальной реальности, поскольку основана на корреляции между действиями, которые выполняет объект съемки, например, поворотом головы и взглядом в одном направлении, который меняет положение, и другими действиями, реакциями со стороны окружающей обстановки (сенсомоторными непредвиденными обстоятельствами). Иллюзия присутствия в каком-либо пространстве может быть достигнута и в кадре экрана. Ощущение присутствия в пространстве требует дополнительной ментальной разгрузки, поскольку когнитивная деятельность адресата не соответствует правилам сенсомоторного взаимодействия, принятым в объективном мире.

Погружение является частью стратегии повествования, направленной на пробуждение у адресата сочувствия к тому, что происходит в окружающей действительности. Хотя технологические качества систем виртуальной реальности играют основополагающую роль в создании иллюзии пространства, погружение адресата в текст СМИ не может основываться исключительно на этих качествах. В нейтральной виртуальной среде ощущение присутствия зависит от качества иммерсивной системы, в эмоциональной среде, в которой аудиовизуальные элементы передают эмоциональное настроение, ощущение присутствия зависит от контента, определяемого как «действующие лица» и «события, представленные средой». Масс-медийный контент влияет на ощущение присутствия.

Быть внутри образа – это наиболее очевидный элемент иммерсивной грамматики. Пребывание в образе преобразуется в нахождение внутри повествовательной сцены. Пространственная реальность позволяет адресату ощущать конфликтные пространства, с которыми трудно взаимодействовать абстрактно. Выражаясь языком изобразительного искусства, это реалистичные детали, синтетический гиперреализм, который в наивысшем проявлении иногда может казаться даже фотореалистичным. Визуальная эстетика может способствовать или препятствовать погружению в пространство.

В настоящее время такие методы, как фотограмметрия и видеограмметрия, способствуют этому эстетическому гиперреализму. Фотограмметрия предполагает использование изоб-

ражений с обычной цифровой камеры для создания трехмерных сцен путем триангуляции и наложения сетки на фотографии, сделанные с разных позиций и ракурсов, видеограмметрия – это метод измерения движения в 3D. Потенциал размещения движущихся 3D-персонажей в объемной среде открывает перспективные возможности для уровня реализма, достижимого в виртуальной реальности.

Виртуальная реальность позволяет создавать пространственные нарративы, определяемые как «изложение о событиях, в котором физическая и временная динамика сцены – кто, где и когда перемещается, а также их взаимное расположение в каждый момент – приобретают основополагающее значение для достижения исчерпывающего понимания того, что произошло. Пространственный нарратив с помощью виртуальной реальности порывает с традицией визуального кинематографического представления, максимально использует пространственную конструкцию, присущую цифровой среде: пространство становится медиа-типом. Исследователи также говорят о дополненной или смешанной реальности: синтетическая информация добавляется к физической реальности, стирая границы между обоими мирами. Точкой отсчета всегда является объективный физический мир. Плавность перемещения по сцене и способность проникать в изображение – это сущностные характеристики этой технологии.

В классической теории повествования (как и в кинематографии) проводится различие между такими феноменами, как точка зрения, с помощью которой рассказывается история (фокусировка), визуальная точка зрения (окуляризация) и слуховая точка зрения (аурикуляризация). Снимок фиксируется во взгляде в момент внутреннего осмысления (внутренней окуляризации). Внутреннее восприятие является первичным, когда адресат смотрит на событие глазами персонажа, и вторичным, когда в процессе редактирования создается субъективный взгляд, как в кадре.

Кинематограф играет ведущую роль в репрезентации цифровых пространств: его влияние проявляется в визуальных техниках. В настоящее время риторика погружения стабильно ассоциируется с внутренней визуализацией. Ощущение сопричастности времени и пространству события является мощным механизмом погружения адресата в результирующий текст. Это то, что именуется пространственно-временным погружением. Другими словами, читатель адресат себя в том же локусе, что и персонаж, в процессе того, что автор называет воображаемым перемещением виртуального тела адресата в сценарий воспроизводимых событий.

В случае погружения в повествование всегда актуален звук, даже когда другие компоненты визуальной и интерактивной грамматики требуют внимания зрителя. Чтобы вызвать доверие у адресата звук в окружающем пространстве должен быть трехмерным, пространственным: «громче по мере приближения; он удивляет вас сзади; заставляет посмотреть налево или направо и отражает материальность виртуального мира» [7]. Погружение ассоциируется с ощущением присутствия. Адресат занимает интерактивную позицию. Модальность относится к средствам передачи информации, определяет репрезентативное богатство передаваемой информации, интерактивность – это степень, с которой адресат контролирует опосредованное представление, изменяет его в режиме реального времени. Различное предоставление возможностей модальности и интерактивности влияет на восприятие новостей целевой аудиторией.

В регистре цифровой среды манипулирование объектами в моделируемом пространстве не обязательно связано с отображением персонажа. Тем не менее, оно имеет отношение к качеству интерактивного взаимодействия и, следовательно, к погружению: «…погружение создается за счет поощрения исследования последовательными, детализированными вариациями и подрывается плохо определенными границами, пробелами в охвате и путаницей в навигации» [7, p. 102]. Избыток стимулов или интересных мест не способствует погружению, хотя их часто противопоставляют друг другу, как предупреждает Дж. Мюррей: «Точно так же, как интерактивность часто путают с объемом интерактивности, погружение

часто путают с сенсорной стимуляцией» [7, p. 101]. Уменьшение «информационного беспорядка» является одним из необходимых условий и преимуществ виртуальной реальности. Для получения оптимального сенсорного опыта запоминается меньше деталей, но эмоции и абстракции воспринимаются оптимально. Опыт иммерсивных СМИ с использованием виртуальной реальности на данный момент является максимальным выражением ощущения «Я» как перенесенного в универсум повествования. Адресат совершает это путешествие вследствие иллюзорного ощущения, что он находится внутри изображения, путешествует по нему.

Выводы

Иммерсивные СМИ – это способ производства новостей, который максимально приближен к нахождению в пространстве, где разворачивалось актуальное событие. Ограниченное во времени сосуществование погружения и интерактивности является краеугольным камнем виртуальной реальности, которая является не столько дополненной действительностью, сколько симуляцией, использующей графические вычисления для создания виртуальных универсумов с реалистичными конфигурациями. Интерактивность в режиме реального времени определяет суть виртуальной реальности. Собеседники, участвующие в онлайн-дискурсах, обладают способностью передавать социальные сигналы, которые обеспечивают определенную степень присутствия в диалогах и взаимодействиях.

В основе иммерсивных стратегий СМИ лежит стремление усилить эмпатию субъекта к реальности, описываемой через восприятие от первого лица. В настоящее время иммерсивные технологии придают метафорам литературного погружения сенсорное качество. Адресат ощущает, что переносится в мир повествования, получает возможность действовать в нем. Находиться внутри изображения, перемещаться по нему, слышать звуки сцены в трехмерном качестве, выбирать, что смотреть в каждый момент, – это наиболее развитые на сегодняшний день выразительные характеристики. Иммерсивная виртуальная реальность является их сущностной константой.

Список источников

1. *Бурьянова А.А.* Когнитивная специфика дейктического сдвига в сознании читателя при интерпретации репортажного повествования // Векторы развития русистики и лингводидактики в контексте современного филологического образования: сборник статей по материалам III Международной научно-практической конференции. Астрахань: Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева, 2023. С. 11–14.
2. *Зыховская Н.Л.* Читательские стратегии в цифровом пространстве: от интерактивности к иммерсивности // Медиасфера. 2025. № 2. С. 86–91.
3. *Полева Н.С.* К проблеме иммерсивности реальных и виртуальных пространств // Новые психологические исследования. 2023. Т. 3. № 3. С. 30–53.
4. *Новикова А.А., Кирия И.В.* Эстетика иммерсивности: особенности творческой деятельности журналиста в мультимедийных и трансмедийных проектах // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2018. Т. 15. № 2. С. 275–288.
5. *Кудряшов И.А., Постевая Е.В., Тамерьян Т.Ю.* Когнитивно-прагматическое моделирование достоверной информации в репортажном суждении: интродуктивные предикаты, эвиденциальность, эпистемическая модальность. Владикавказ: Издательский дом Мавраевъ, 2023. 190 с.
6. *Кудряшов И.А., Туранова А.Ю.* Читательское отождествление с образом персонажа: механизмы интегративного подхода // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2023. № 3. С. 133–144.
7. *Murray J.* Inventing the Medium. Principles of Interaction Design as a Cultural Practice. Cambridge, MA: MIT Press, 2012. 483 p.

References

1. *Buryanova A.A.* The cognitive specificity of the deictic shift in the reader's mind when interpreting a reportage narrative // Vectors of the development of Russian studies and linguodidactics in the context of modern philological education: a collection of articles based on the materials of the III International Scientific and Practical Conference. Astrakhan: Astrakhan State University named after V.N. Tatishchev, 2023. P. 11–14.
2. *Zyhovskaya N.L.* Reader strategies in the digital space: from interactivity to immersiveness // Mediasphere. 2025. No. 2. P. 86–91.
3. *Poleva N.S.* Towards the problem of the immersiveness of real and virtual spaces // New psychological Research. 2023. Vol. 3. No. 3. P. 30–53.
4. *Novikova A.A., Kiria I.V.* Aesthetics of immersiveness: features of a journalist's creative activity in multimedia and transmedia projects // Bulletin of St. Petersburg University. Language and literature. 2018. Vol. 15. No. 2. P. 275–288.
5. *Kudryashov I.A., Posteva E.V., Tamerian T.Y.* Cognitive-pragmatic modeling of reliable information in reportage judgment: introductory predicates, evidentiality, epistemic modality. Vladikavkaz: Mavraev Publishing House, 2023. 190 p.
6. *Kudryashov I.A., Turanova A.Yu.* Reader’s identification with the image of a character: mechanisms of an integrative approach // Actual problems of philology and pedagogical linguistics. 2023. No. 3. P. 133–144.
7. *Murray J.* Inventing the medium. Principles of interaction design as a cultural practice. Cambridge, MA: MIT Press, 2012. 483 p.

Статья поступила в редакцию 16.03.2026; одобрена после рецензирования 30.03.2026; принята к публикации 30.03.2026.
The article was submitted 16.03.2026; approved after reviewing 30.03.2026; accepted for publication 30.03.2026.