

экспертизы промышленного применения технологий виртуальной реальности, в том числе и в медийном производстве.

Весной 2017 года в России Институтом современных медиа было проведено масштабное исследование с опросом более 200 крупнейших компаний из всех ключевых отраслей экономики. Главный итог исследования – представители крупнейших российских компаний и отраслей применяют технологии виртуальной реальности. 65% опрошенных знают о применении технологий VR и AR на предприятиях. 24% представителей российского бизнеса сказали, что в их компаниях уже внедрены или планируется внедрение технологии виртуальной реальности. Об использовании VR в бизнесе не слышали 35% респондентов. Прогноз: в ближайшее время на российском рынке увеличится доля VR-проектов в корпоративном сегменте и возрастет спрос на VR-устройства и профессиональные системы визуализации [29].

В настоящий момент VR-Консорциум проводит несколько пилотных исследований потенциальной аудитории виртуальной реальности. Также ведутся работы по наполнению уже существующего контента дополнительными интерактивными механиками и проводится тестирование VR-контента для мобильных платформ. Краткий обзор медиа структур России, показывает успешность проектов в области виртуальной реальности.

К примеру, первый российский интерактивный VR-мультфильм "Волшебный фонарь" был представлен VR-Консорциумом в октябре 2016 года на Международном рынке аудиовизуального контента MIPCOM в Каннах (Франция) и вызвал большой интерес со стороны глобальных технологических и медиакомпаний, таких как Samsung, LG и Saudi Telecom Company.

Самый большой медиахолдинг на рынке платного телевидения России "Цифровое телевидение" (ЦТ) [30] является совместным предприятием ВГТРК и "Ростелекома". Является крупнейшим в Европе производителем познавательных телеканалов и по этому показателю входит в пятерку крупнейших медиахолдингов тематического телевидения в мире. В группу входит 19 телеканалов разных жанров — познавательных, развлекательных, детских, фильмовых. Еще в 2014 году создана анимационная студия "Паровоз", которая занимается разработкой и производством анимационного кино – сериалов и полнометражной мультипликации, опираясь на художественные традиции отечественной анимации и современные технологии.

Крупнейшая компания на рынке телевизионной графики - Vizart Lab или "Интерактивный Мульт" [31]. Исследовательскую сферу дополняет Институт современных медиа (MOMRI — Modern Media Research Institute) – который активно ведет работу в области изучения СМИ и медиапотребления населения России. Главная специализация MOMRI — телевидение и новые медиа - рынок платного телевидения и мультиплатформенных сервисов доставки контента, видеоигры и мобильные приложения, бренды компаний и продуктов, технологии виртуальной и дополненной реальности. Одним из значимых исследований стали «Рынок виртуальной реальности в России 2016», представленный на крупнейшем международном рынке телевизионного и цифрового контента MIP TV в Каннах, исследования детского и подросткового медиапотребления, рейтинг "Экологические инициативы российских компаний в СМИ" и другие.

Несмотря на новизну исследуемого направления журналистики, существует достаточно обширная теоретико-методологическая литература, которая позволяет представить обзор исследования темы специалистами разных стран. Это исследования по философии и психологии [32]. Можно назвать ведущих специалистов в этой области как Кастельс М.[33], Таратута, Е.Е. [34] Тоффлер, Э. [35], Хансен М.Б.[36] и др.

В течение последних пяти лет исследования по иммерсивной журналистике ведут ученые факультета журналистики МГУ им.М.В.Ломоносова. Ряд фундаментальных научных статей был опубликован как в специализированных журналах, так и на страницах изданий МГУ[7, 8, 37].