

Секция «Искусственный интеллект и машинное обучение в цифровой экономике»

## Перспективы роботизированного производства медиаконтента

Научный руководитель – Кирия Илья Вадимович

*Клещёва Евгения Анатольевна*

*Студент (магистр)*

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Москва, Россия

*E-mail: evgeniya.klescheva@gmail.com*

В настоящее время общество переживает новую волну автоматизации, связанную с «когнитивными технологиями», которые позволяют роботам проникнуть в ранее недоступные для них сферы, например, производство контента [1]. Для медиа внедрение «новых» технологии является ключевым вопросом как в прикладном смысле, так и в медиа-исследованиях. Изучение технологии с точки зрения производства новых продуктов и организационного внедрения является одной из главных сфер в медиа-экономике и медиаменеджменте [2]. Появление новых технологии часто рассматривается как риск, вызов, к которому готовы далеко не все профессионалы медиа [2]. Роботы и искусственный интеллект по своей природе далеки от журналистики и креативных профессии в целом, что порождает непонимание, недоверие и тревогу по поводу использования автоматизации. Актуальность данного исследования заключается в том, чтобы прояснить ситуацию и предоставить для заинтересованной аудитории информацию о том, как продуктивно существовать в мире, где машины учатся создавать контент. Наличие новых технологии, которые в контексте медиа являются «неизведанной территории», порождают необходимость беспристрастного изучения этого явления.

Технологии зачастую возводятся в ранг абсолюта и «высшего блага», что приводит к использованию «технологии ради технологии», инвестиции в развитие тех или иных инновационных аспектов производства без реального улучшения эффективности и благосостояния общества впоследствии. Необходимо осознавать, насколько реалистичны прогнозы энтузиастов технологического развития, которые часто рисуют то будущее, которое им хотелось бы видеть, а не то, что может реально наступить. С другой стороны, с энтузиастами технологии спорят «новые луддиты», которые видят в новой волне автоматизации смерть человечества. Мы должны обсудить проблему влияния роботизации на рынок труда и образование, чтобы быть готовыми к меняющимся условиям среды.

Объект исследования: современные тенденции в медиапроизводстве. Предмет — перспективы использования технологии автоматизации в сфере медиа.

Цель исследования: определение и валидация трендов в применении технологии роботизации для производства медиаконтента.

В теоретическую базу исследования включены такие работы по медиаменеджменту и медиа-экономике, как Handbook of Media Management And Economics под редакцией Алана Албаррана, The Business of Media: Changes and Challenges под редакцией Моника Эрреро и Стива Уайлдмана, а также статьи Роберта Пикарда, Дэвида Отора, Анны Григорьевны Качкаевой и Ильи Вадимовича Кирия и др. В качестве эмпирических материалов использованы отчеты и доклады крупнейших консалтинговых фирм, исследования Pew Research Center, The Associated Press, Nieman Lab, Reuters Institute и другие источники о состоянии рынка.

Собственное исследование проводится методом экспертных интервью. На данный момент завершена теоретическая часть работы и проведены первые интервью в рамках курса

Future of Media в Королевском техническом университете в Стокгольме. Будут проведены интервью с российскими экспертами. Исследование является курсовой и выпускной квалификационной работами в магистратуре НИУ ВШЭ по направлению «Менеджмент в СМИ». Тема была представлена на table talks Межвузовской научно-практической конференции бакалавров, магистрантов и аспирантов «Исследования медиа и коммуникации: теории, практики, исследовательские перспективы» 2017 года.

### Источники и литература

- 1) 1. Marconi F., Siegman A. and Machine Journalist. The Future of Augmented Journalism: A guide for newsrooms in the age of smart machines. URL: [https://insights.ap.org/uploads/images/the-future-of-augmented-journalism\\_ap-report.pdf](https://insights.ap.org/uploads/images/the-future-of-augmented-journalism_ap-report.pdf)
- 2) 2. Mierzejewska B.I., Hollifield C.A. Theoretical Approaches in Media Management Research in Handbook of Media Management And Economics ed. Alan B. Albarran; Taylor & Francis e- Library, 2008. p. 58