

**Роботы VS журналисты: отличительные особенности машинных и журналистских новостных сообщений**

**Научный руководитель – Лукина Мария Михайловна**

***Палашина Екатерина Александровна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

*E-mail: palashina.ekaterina@gmail.com*

Тренд на автоматизацию в журналистике постепенно усиливается по мере осознания медиаиндустрией важности и полезности использования интеллектуальных систем в цифровом производстве. Создание информационных текстов с минимальными временными и трудовыми затратами для редакций стало не призрачной мечтой, а реальностью благодаря роботам — специальным программным разработкам, позволяющим производить контент практически без вмешательства в этот процесс журналиста [1].

Технологию одними из первых оценили информационные агентства, постоянно конкурирующие за скорость и качество публикуемой информации. Именно они продемонстрировали богатый потенциал роботизированной журналистики как стратегического ресурса для развития и конкурентоспособности СМИ в современных условиях медиарынка.

В России пионером в области применения алгоритмических решений в производстве новостного контента стало первое частное информационное агентство финансово-экономической информации «Интерфакс». Первые опыты автоматизации здесь приходятся еще на начало 90-х годов. Со временем технология совершенствовалась и сегодня роботы — ключевые помощники как новостного агентства, так и его сотрудников.

Обработывая большие объемы структурированных данных, алгоритмы ленты «Интерфакс/Финмаркет» отвечают за целые сегменты экономического сектора. Так, с помощью технологий автоматизации контента в агентстве освещаются темы, связанные с рынком ценных бумаг, курсами валют, анонсами макроэкономических показателей, праздниками ведущих стран мира, а также с деятельностью Банка России, включая остатки денежных средств на корреспондентских счетах, отзывы лицензий у коммерческих банков, установление ЦБ цен на драгоценные металлы.

Скорость как обработки больших данных (big data), так и самого производства новостных сообщений для руководителей медиапредприятия стала одной из основных причин использования роботов. Налаженный за долгие годы механизм автоматической генерации позволил «Интерфаксу» в ежедневном режиме выпускать десятки оперативных сообщений, экономя при этом трудовые ресурсы журналистов агентства.

В настоящий момент зарубежные и российские медиаисследователи заинтересованы в изучении особенностей машинных текстов, их схожести с журналистскими текстами, а также влияния таких публикаций на аудиторию. Отечественный исследовательский опыт включил анализ текстов «Интерфакса», пример которых показал, что новости алгоритмической природы существенно не отличаются от новостей, подготовленных профессиональными журналистами. В частности, это обусловлено тем, что новости «Интерфакса» созданные, как алгоритмом, так и человеком, в большинстве своем шаблонизированы и соответствуют определенным правилам и стандартам, прописанным в собственном стайлгайде агентства [2]. Большую роль играет и сама специфика письма, используемая для написания экономических информационных сводок по конкретным отраслям рынка. Наличие в материалах большого количества терминов и экономической лексики позволяет

новостному агентству осуществлять коммуникацию со своей целевой аудиторией, куда преимущественно входят участники деловых отношений.

Однако, схожесть машинных и журналистских новостей наблюдается лишь в простых шаблонных формах журналистского текста, за пределы которого алгоритмы пока не в состоянии «перешагнуть». Поэтому труд журналиста в части создания контента, наполненного не только фактами, но и смыслом, по-прежнему незаменим [3].

Для новостных текстов журналиста, например, характерно наличие более разнообразного и исчерпывающего фактологического материала, использование цитат ньюсмейкеров и ссылок на «человеческие» источники. Полнота содержания в таких информационных сообщениях может раскрываться при помощи причинно-следственных связей события, которые алгоритмы пока не научились восстанавливать. В отличие от журналиста роботы, например, не сумеют подготовить популярные для «Интерфакса» обзоры рынка.

Кроме того, автоматические новости всегда невелики по своему объему, и, как правило, состоят из коротких и простых предложений. Часто такие тексты бывают затруднительны для восприятия за счет высокого показателя насыщенности числовыми данными. Это связано с тем, что алгоритмы работают в первую очередь с изменениями в наборах данных, насыщенных числовой информацией.

Наконец, в автоматических новостях «Интерфакса» очень редко встречаются расчетные величины, указывающие на процентные показатели, а также сравнения, выраженные в количестве раз. Журналисты агентства, напротив, в своих сообщениях не только фиксируют информацию, но и самостоятельно перерабатывают ее, преобразуют в более простой вид, облегчая читателю процесс прочтения и понимания и тем самым экономя его ограниченное время. Их публикации часто отображают некоторые тенденции, динамики, зависимости или возможные прогнозы, не присущие автоматизированным новостям.

Сейчас в российской и зарубежной новостной практике роботы рассматриваются лишь как дополнительный инструмент, помогающий СМИ добиться более эффективных результатов работы. Главный редактор Bloomberg Джон Миклетвейт (John Micklethwait) отмечает: «Журналистика перешла от освещения того, что произошло, к тому, почему это произошло. Время, которое мы тратили на поиск фактов, теперь, благодаря автоматизации, можно потратить на их объяснение» [4].

## Источники и литература

- 1) Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарёва Н.А. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию // Медиаскоп. 2017. Вып. 2. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/2295>
- 2) Технологии новостей от «Интерфакса»: Учеб. пособие для студентов вузов В.В. Герасимов, Р.Б. Ромов, А.А. Новиков и др. под. ред. Ю.А. Погорелого. М.: Аспект Пресс, 2011.
- 3) Зорин К.А. Медиафутурология: «журналистика смысла» в условиях роботизации медиапроизводства и общества // Медиаскоп. – 2016. – Вып. 1. [Электронный ресурс]. URL: <http://mediascope.ru/?q=node/2078>
- 4) Mullin B. Bloomberg EIC: Automation is 'crucial to the future of journalism'. 2016. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.poynter.org/news/bloomberg-eic-automation-crucial-future-journalism>