

Роботизированная журналистика: современные практики автоматизации контента СМИ

Научный руководитель – Лукина Мария Михайловна

Палашина Екатерина Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра новых медиа и теории коммуникации, Москва, Россия

E-mail: palashina.ekaterina@gmail.com

Эволюция механизмов работы СМИ в настоящее время обусловлена не только технологической экспансией, но и экономической необходимостью поиска новых бизнес-стратегий. Одной из них стала автоматизация ручного труда журналиста, которая обеспечила СМИ конкурентное преимущество и положило начало принципиально новому этапу истории развития журналистики.

Робожурналисты, на самом деле представляющие собой программный код или алгоритмы, сегодня оказались незаменимыми «сотрудниками» многих редакций. Они могут выполнять задачи, которые некогда находились исключительно в компетенции био-журналистов, включая создание машинных текстов, соответствующих требованиям и стандартам редакции и максимально приближенных к письменной речи человека благодаря технологиям генерации естественного языка.

Для крупных зарубежных СМИ, которые внедряют дорогостоящие технологии, становится рутинной практика использования готовых автоматизированных решений. Как правило, они сотрудничают с технологическими компаниями, которые предлагают программное обеспечение для роботизации контента. В мире, по оценкам экспертов, насчитывается порядка 12 компаний, готовых предложить такой продукт [1]. Самыми крупными в отрасли считаются американские *Automated Insights* и *Narrative Science*. Среди их клиентов, в частности, такие гиганты медийного рынка, как журнал *Forbes*, информагентства *Associated Press* и *Bloomberg*, газеты *USA Today* и *The New York Times*.

Другие СМИ занимаются автоматизацией самостоятельно, поручая разработку алгоритмов собственной редакционной команде, состоящей, как правило, из программистов и журналистов. Говоря о зарубежных изданиях, собственными ботами, встающими в один синонимический ряд вместе с робожурналистами и алгоритмами, несколько лет назад обзавелись газеты *Los Angeles Times* и *The Guardian* [2].

В России роль первопроходцев в освоении и применении инструментов для автоматической генерации текстов принадлежит ведущим новостным агентствам «Интерфакс» и «ТАСС», вслед за которыми начинают подтягиваться печатные СМИ. В настоящее время первые эксперименты по генерации автоматических заметок проводит журнал «Elle». Особую нишу в отечественном сегменте занимает интернет-компания «Яндекс», которая запустила автоматическую ленту новостей для СМИ, где все сообщения готовят алгоритмы, обрабатывая статистику поисковых запросов пользователей и сервисов: «погоды», «пробок», «музыки» и др [3].

Нацеленные на обработку структурированных данных, легко поддающихся формализации, роботы главным образом применяются в производстве финансовых, спортивных и криминальных новостей, а также оперативных сообщений о сейсмических угрозах.

Однако, несмотря на перспективность этих экспериментов, воспринятую многими медиаменеджерами с большим энтузиазмом, роботизированная журналистика одновременно

бросает новые вызовы профессии и всему институту СМИ, оставляя множество неразрешенных вопросов. Назовем лишь некоторые из них: этическое регулирование роботизированной журналистики, включая ответственность изданий за совершенную алгоритмом ошибку и их транспарентность в области редакционных стандартов качества, фактчекинг, определяющий роль редактора в процессе подготовки машинных текстов, а также возможные кадровые трансформации, связанные с заменой рутинных действий в работе журналиста автоматизированными аналогами [4].

Сегодня прогнозы ведущих аналитиков информационной среды созвучны в том, что будущее роботизированной журналистики находится во власти когнитивных технологий. Соучредитель и главный разработчик компании *Narrative Science* Крис Хэммонд верит, что 90% новостей, доступных широкой публике, к 2025 году будут генерироваться компьютерами [5].

Новостная журналистика, в основе которой лежит обработка фактологической информации, обречена на роботизацию. «Если задача основной массы журналистов — сбор, проверка фактов, их упаковка и распространение, их замена автоматизированными системами — не только закономерна, но и в определенном смысле желательна», — отмечает исследователь К.А. Зорин [6]. На практике же качественное сращивание журналистики и программирования возможно при тонкой настройке алгоритмов и нейронных сетей.

Источники и литература

- 1) Dorr, K. Mapping the field of algorithmic journalism // Digital Journalism. 2015, №4(6). p. 700-722.
- 2) Иванов А.Д. Роботизированная журналистика и первые алгоритмы на службе редакций международных СМИ // Знак: Проблемное поле медиаобразования. 2015. №2(16). С. 34-37.
- 3) Яндекс для медиа: <https://yandex.ru/blog/company/99487>
- 4) Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарёва Н.А. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию // Медиаскоп. 2017. №2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2295>
- 5) The journalists who never sleep [Электронный ресурс]// theguardian.com. - Режим доступа: <https://www.theguardian.com/technology/2014/sep/12/artificial-intelligence-d-ata-journalism-media>, свободный. - Загл. с экрана. - Яз. англ.
- 6) Зорин К.А. Медиафутурология: «журналистика смысла» в условиях роботизации медиапроизводства и общества// Медиаскоп. 2016. №1. Режим доступа: <http://mediascope.ru/?q=node/2078>