

## РЕГИОНАЛЬНЫЕ НОВЫЕ МЕДИА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ МЕДИАРЫНКА

О.А.Стрыгина

Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина

Olechka\_strygina@mail.ru

Развитие информационного общества порождает новые тенденции в медиаиндустрии. Если раньше было принято говорить о замещении традиционных форм средств массовой информации новыми медиа, то сейчас все актуальнее становится вопрос использования современных технологий, в том числе технологий искусственного интеллекта, в журналистике.

В мировой медиаиндустрии о робожурналистике рассуждают на протяжении последних лет. Компания «Microsoft» под предлогом оптимизации рабочего процесса уволила реальных журналистов и редакторов, передав выполнение их рабочих задач автоматизированным системам. В Китае впервые в мировой судебной практике за искусственным интеллектом признали право защиты авторства, а в США и Германии провели ряд экспериментов с целью выяснить, отличит ли человек текст, написанный роботами, от материала, созданного журналистами. Нейросети решают однотипные задачи в медиасфере: генерация контента (Associated Press, The Washington Post), распознавание фейковых новостей (The Reuters News Tracer), определение предпочтений аудитории (Financial Times)[1].

Одной из тенденций последнего пятилетия в медиасфере и бизнесе является использование роботов, способных вести переписку с читателем, подбирать новости по интересам и присылать в автоматическом режиме в назначенное время – чат-ботов. Причин роста рынка чат-ботов несколько: круглосуточный режим работы в отличие от человека, скорость реакции и ответа, точность восприятия и обработки сведений. Многочисленные исследования показывают, что в сфере бизнеса чат-боты воспринимаются как технология будущего. Так исследовательская и консалтинговая компания «Gartner» предполагает, что плато продуктивности по чат-ботам и виртуальным ассистентам в мировом сообществе следует ожидать в 2022-2025 годах. Компания «Just AI» отмечает, что в России заметна значительная доля государства как заказчика в области разговорного ИИ (голосовые помощники и чат-боты), что не препятствует прогнозам сохранения динамики роста рынка в ближайшие годы[2].

Среди крупных российских медиа, которые уже сейчас используют технологии искусственного интеллекта, можно отметить «Коммерсантъ», «Авторadio», «Ведомости». Региональная журналистика, особенно журналистика малых городов, в вопросе использования искусственного интеллекта в работе, занимает отстающие позиции, хотя в регионах чат-боты постепенно внедряются как канал взаимодействия с обществом. В 2021 году чат-боты в мессенджерах Telegram и Viber для приёма и обработки обращений граждан были запущены в пилотном режиме в десяти субъектах Российской Федерации. Автоматизированная система не только принимала сообщения, но и присылала пользователям ответ в течение 24 часов. Чат-боты учитывали региональную специфику: в Калуге отправляли инструкции на случай аварийных ситуаций, а в Ямало-Ненецком автономном округе – информацию о субсидиях и льготах в сфере образования. В Липецкой области чат-бот использовался для получения информации о вакцинации в период распространения коронавирусной инфекции. В Волгограде и Калмыкии органы власти стали инициаторами создания чат-бота для мониторинга необоснованного повышения цен на продукты.

В Подмосковье был создан первый в России СМИ-бот «Прасковья». Сервис позволяет разместить новость на информационных ресурсах Московской области без непосредственного обращения в редакции. Создатели проекта отметили, что с одной стороны, принцип работы похож на систему «Инцидент», а с другой – предполагает наличие

творческой составляющей. Жители и гости региона при соблюдении правил корректности предоставления информации без нарушения норм закона могут предлагать актуальные для размещения новости. Каждое обращение будет рассмотрено; в ответном сообщении пользователь получит ссылку с публикацией на ресурсе.

В марте 2022 года Правительство РФ запустило чат-бот «Помощник Объясняем.рф», где в режиме реального времени можно получить ответы на вопросы из разных категорий: образование, наука, здравоохранение, социальная защита, транспорт и туризм, экономика и финансы, интернет, мобильная связь, спорт, культура, продовольственная безопасность, информация для беженцев и другое.

В Тамбовской области в феврале 2022 года чат-бот в «Телеграме» был впервые использован при подготовке «Прямой линии» с губернатором Максимом Егоровым. В настоящее время бот «Прямая линия. Егоров» работает как виртуальная приемная главы региона: пользователи могут сообщить о проблеме или узнать биографические сведения о губернаторе.

По данным компании «Медиалогия» в 2021 году в рейтинге самых цитируемых СМИ региона лидерами стали информагентство «Онлайн Тамбов.ру», а также телекомпания «ГТРК Тамбов» и телеканал «Новый Век – Тамбов»[3]. В 2020 году тройка ведущих СМИ региона была такая же, однако первое место занимала «ГТРК Тамбов», а второе, наоборот, «Онлайн Тамбов.ру». В 2019 первые два места вновь распределились между информагентством и телекомпанией соответственно, а на позицию ниже – интернет-портал «Lifetambov.ru», который в настоящее время прекратил своё существование. В 2018 году лидером рейтинга снова выступило ИА «Онлайн Тамбов.ру», вторую строчку заняло сетевое издание «Новый Тамбов», третье – телеканал «Новый век – Тамбов». Отметим, что на протяжении последних нескольких лет в тройке лидеров неизменно остаются интернет-медиа. Если сравнивать топ-10 цитируемых СМИ Тамбовской области за 2018 и 2021 годы, то обнаружим, что в первом случае в списке присутствуют две газеты («Тамбовская жизнь» и «Тамбовский курьер»), два информагентства («Онлайн Тамбов.ру» и «Про Котовск»), четыре интернет-СМИ («Newtambov.ru», «Тор68.ru», «Lifetambov.ru», «Vtambove.tu»), два телеканала («ГТРК Тамбов», «Новый век Тамбов»). В рейтинге за 2021 год лидерские позиции распределяются следующим образом: газета – 1 («Тамбовская жизнь»), телекомпания – 2 («ГТРК Тамбов», «Новый век Тамбов»), интернет-СМИ – 6, информационное агентство – 1 («Онлайн Тамбов.ру»). Такие показатели, безусловно, свидетельствуют об увеличении с каждым годом роли новых медиа в общественной жизни. Рассмотрим подробнее ведущие интернет-издания региона.

Информационное агентство «Онлайн Тамбов.ру» зарегистрировано в качестве СМИ в 2010 году. Сейчас это информационный сайт с несколькими рубриками, фотолентой и рекламным блоком, несколько аккаунтов в популярных социальных сетях. С точки зрения использования современных каналов распространения информации наибольшего интереса заслуживает телеграмм-канал с более чем 2 000 подписчиков. Канал предполагает односторонний характер передачи информации без возможности аудитории комментировать сведения и ставить реакции в виде смайлов или эмодзи. Ежедневно на канале публикуется более тридцати сообщений. В качестве механизма взаимодействия с аудиторией используются опросы, комментарии в социальных сетях. Существует возможность направить материалы в адрес редакции, используя мессенджеры.

«ГТРК Тамбов» хотя в рейтинге «Медиалогии» заявлена как телекомпания, в регионе представлена, в том числе, и как сетевое издание «Государственный Интернет-Канал «Россия». Информационное наполнение включает в себя текстовые новости, записи программ, ссылку на прямой эфир, рекламный блок и продакшн. Продакшн – новое для региона предложение, чаще осуществляемое отдельными видеооператорами или командами, а не медиаслужбами. Это процесс создания и воплощения проекта от идеи до готового продукта с последующим распространением. Одной из отличительных особенностей «ГТРК Тамбов» как регионального СМИ является наличие страницы на платформе «Яндекс Дзен».

Для немногочисленной аудитории (1450 подписчиков) там размещаются ссылки на новости с сайта. Аудитория СМИ имеет возможность оставлять комментарии в социальных сетях, ставить оценки новости на сайте.

Популярностью среди тамбовчан пользуются не столько официальные интернет-СМИ, сколько каналы в Telegram и страницы в соцсетях, зачастую не имеющие конкретных авторов и не всегда публикующие достоверную информацию. Среди популярных аккаунтов с указанием названия города в заголовке: «Тамбов.Интересное.Новости» – более 40 тысяч подписчиков, «Тамбов.События.Новости» и «Тамбов.Люди.Разное» – более 30 тысяч подписчиков на каждом канале. Нельзя достоверно утверждать, что подписчики – реальные люди, особенно жители региона, ведь их количество многократно превышает размер аудитории официальных аккаунтов интернет-СМИ (например, «Онлайн Тамбов.ру» – чуть более 2 000 человек). Отметим, что подобные чаты с аналогичным названием есть и в других городах:

«Орел.Интересное.Новости», «Пенза.Интересное.Новости», «Липецк.Интересное.Новости» и другие. Если проанализировать информационное наполнение телеграм-канала, то можно выявить, что в день публикуется по 1-2 поста, при этом как российской, так и региональной новостной повестки. Количество просмотров каждой публикации составляет примерно 50% от общего количества подписчиков. Во многом посты дословно повторяют материалы одного из крупнейших региональных сообществ во ВКонтакте «Мой Тамбов». Количество просмотров материалов данной группы (в среднем 10-15 тысяч, лишь на немногочисленных сообщениях – 20-30 тысяч) значительно меньше, чем количество общее количество подписчиков (более 116 тысяч). Есть основание предположить, что группы созданы не столько для информирования горожан о происходящих событиях, а сколько для возможной монетизации своей работы – размещения рекламы.

Одной из главных проблем в вопросе использовании неофициальных сообществ в социальных сетях как канала получения и распространения информации вместо официальных интернет-СМИ является вопрос авторства. Сетевые медиа, имеющие свидетельство о государственной регистрации в качестве средства массовой информации, безусловно несут большую ответственность за публикуемые материалы. Установить автора того или иного текста интернет-СМИ не составляет труда, чего нельзя сказать об анонимных группах в соцсетях и мессенджерах.

Немаловажной является этическая составляющая работы телеграм-каналов и медиасообществ в социальных сетях. В Тамбовской области, как и во многих других регионах, помимо новостных каналов большую популярность имеют группы, где публикуются субъективные оценки, сплетни и слухи, чаще всего на политические темы. Установить авторов таких сообщений не всегда предоставляется возможным, хотя публикуемые сведения могут не только содержать недостоверную информацию, но и негативно воздействовать на формирование личного бренда людей и имиджа организаций.

Ведущими интернет-СМИ Тамбовской области, как официальными так и неофициальными группами и объединениями, чат-боты и аналогичные механизмы реализации технологий ИИ не применяются. Возможно это объясняется неготовностью нести дополнительные затраты на внедрение в редакционную практику описываемых сервисов, отсутствием в регионе достаточного количества компетентных архитекторов и разработчиков чат-ботов, недоверием к таким механизмам получения информации как среди аудитории, так и среди профессионального сообщества. Тем не менее, в мировой и российской практике искусственный интеллект сегодня – новый участник в цикле производства и потребления информации [4]. Робожурналистика в будущем обладает перспективой стать неотъемлемой частью медиаиндустрии, не вытесняя, а помогая реальным журналистам и редакторам. Масс-медиа уже сейчас имеют возможность развиваться в плане использования современных технологий ИИ – создавать собственные чат-боты и использовать уже существующие для поиска и проверки информации, основываясь на принципе ответственного использования.

## Литература

1. Zvereva E. Interaction «Journalist — Robot Journalist»: Communicative Advantages and Social Responsibility // Communication Trends in the Post-Literacy Era: Polylingualism, Multimodality and Multiculturalism As Preconditions for New Creativity: monograph / Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Ural Federal University, Ural State Pedagogical University. – Ekaterinburg: Ural Univ. Press, 2020. – 536-549 pp.
2. Исследование. Рынок разговорного ИИ в России 2020-2025. <https://just-ai.com/ru/blog/issledovanie-rynok-razgovornogo-ii-v-rossii-2020-2025>(дата обращения:24.04.2022).
3. Медиалогия. Рейтинг региональных СМИ. Тамбовская область. <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/?reg=51>(дата обращения:24.04.2022).
4. Суходолов А. П. Журналистика с искусственным интеллектом / А. П. Суходолов, А. М. Бычкова, С. С. Ованесян // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Т. 8, № 4. – С. 647-667