Т.И. Фролова, Д.Ю. Кульчицкая

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

**Эстетический статус роботизированных сообщений: результаты исследования**

Инновационные технологии проникли в ключевую фазу медийного производства – создание контента. Вопросам алгоритмизации в журналистике, процессу генерации автоматизированного новостного контента и обусловленному им медийным практикам посвящен ряд исследований, осуществленных на факультете журналистики МГУ.

Ключевые слова: алгоритмизация, роботизированная журналистика, автоматизированные новости, эстетический статус.

Авторы: Татьяна Ивановна Фролова. Доктор филол. наук, профессор МГУ имени М.В. Ломоносова. [t\_frolova@bk.ru](mailto:t_frolova@bk.ru)

Диана Юрьевна Кульчицкая. Канд. филол. наук, доцент МГУ имени М.В.Ломоносова. diana.kulchitskaya@gmail.com

T.I. Frolova, D.Yu. Kulchitskaya

Lomonosov Moscow State University

**Esthetic status of robotic news items: study results**

Innovative technologies have found their way into the key stage of media production – the process of content creation. A number of research projects conducted at the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University deal with such issues as algorithm use in journalism, the process of generating content and the media practices defined by this phenomenon.

Key words: algorithmization, robotic journalism, automated news, esthetic status.

Authors: Tatiana Ivanovna Frolova, Doctor in Philology, Professor at Lomonosov Moscow State University

Diana Yurievna Kulchitskaya, PhD in Philology, Associate Professor at Lomonosov Moscow State University

Процессы генерации автоматизированного новостного контента сформировали особую эстетику алгоритмизированных текстов. Перед исследователями стоит задача выявить: как аудитория воспринимает такие тексты, каковы мотивы идентификации (представления об эстетическом статусе нового для аудитории продукта), что она знает о роботизации в журналистике и как оценивает этот процесс? Один из фрагментов исследования состоял в получении информации в профессиональных, непрофессиональных и таргетированных аудиторных кластерах и дальнейшем сопоставлении их позиций. На данный момент осуществлена работа с непрофессиональной аудиторией. Это студенты первого семестра факультета журналистики МГУ в количестве 80 человек. Данная группа в силу возраста и медиаповеденческих особенностей («цифровые аборигены»), а также отсутствия устойчивых профессиональных знаний и компетенций представляла интерес как нейтральная аудитория. Исследование состояло из двух частей: эксперимента по идентификации автоматизированных новостей / выявлению мотивов распознавания и опроса по оценке аудиторией процесса роботизации в целом.

Результаты таковы: идентификация автоновостей в общем потоке сообщений составила в среднем 74,5 %, при этом показатель колебался в диапазоне от 90 % до 42 %; 67 % знают о существовании программ-роботов, но только 7 % встречали маркированные автоновости.

Мотивы узнавания (открытый вопрос) коррелируют с данными проведенного ранее исследователями контент-анализа: 66 % опрошенных отмечают предельно точные цифры, чрезмерную детализацию цифровых данных, отсутствие сравнений и комментариев, отрицательность авторского присутствия; 58 % называют подчеркнутую стилистическую сухость, полное отсутствие эмоциональной составляющей, наличие повторов, использование клише-шаблонов; 26 % отмечают упрощенные речевые конструкции, отсутствие сложных оборотов, использование косвенной речи. Модальность данных элементов эстетического статуса воспринимается как осторожная, нейтральная отчасти негативная. Для сравнения: эстетику «ручных» новостей (написанных журналистами) отличают живость и эмоциональная окраска текста (43 % опрошенных), косвенное присутствие автора, наличие сравнений, выводов, ссылок на живые источники (20 %), меньшее количество цифровых данных, округленность чисел (10 %) и другие особенности, которые аудиторией приветствуются.

В равной степени аудитория (закрытый вопрос) доверяет, не доверяет и сомневается в качестве автоновостей. «Человек надежнее» – считает 56 % опрошенных, но все же видит в развитии роботизированной журналистики пользу: это точность (34 %) и скорость (23  %), а также экономия ресурсов (20 %), освобождающая время для творчества (9 %), другие возможности. Риски в основном связаны с возможными сбоями в работе роботов (34 %) и угрозами безработицы среди журналистов (25 %), недостоверностью сообщений (11 %), стилистической невыразительностью (9 %).

Тематически предпочтительны для программ-роботов, по версии опрошенных, области экономики (56 %), финансов (33 %), погода (10 %). В перспективе называются спорт, политика (выборы?), при этом примерно половина опрошенных считает, что существующей номенклатуры тематик для роботов достаточно.

Исследование показывает, что аудитория знает о развитии роботизации в журналистике, но относится к процессу достаточно осторожно. Около 6 % опрошенных опасаются, что «робот заменит человека».

Данные исследования, на наш взгляд, представляют интерес; эксперимент и опросы будут продолжены, исследовательская группа рассчитывает получить данные от других аудиторных кластеров и провести компаративное исследование, а также детальнее рассмотреть этико-эстетические проблемы, которые возникнут в ситуации массового распространения роботизированной журналистики. В перспективе планируется формулирование предложений по расширению программ обучения студентов-журналистов, в том числе обновление программ отдельных дисциплин, модулей, блоков, с учетом полученных результатов исследования.