Сергей Игоревич Нефедов

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Москва)

snefedov@hse.ru

Сергей Александрович Вартанов

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Москва)

svartanov@hse.ru

**Медиакоммуникационная индустрия как макросоциальный субъект: перспективы развития инженерно-технологической компоненты**

Рассматриваются вопросы влияния современных технологий и инженерных знаний на развитие медиакоммуникационной индустрии. Отмечается необходимость учета при анализе трендов развития индустрии медиа технологического уровня средств передачи информации, вычислительных систем и программного обеспечения и искусственного интеллекта.

Ключевые слова: медиакоммуникационная индустрия, телеком, искусственный интеллект, сервер, дата-центр.

Медиакоммуникации во всех своих проявлениях оказались в авангарде цифровой трансформации с самого ее начала – «и как технологическое явление, и как общественный институт, и как совокупность экономических субъектов, деятельность которых обеспечивает производство цифрового информационного продукта, доведение его до аудитории и технологическое обеспечение соответствующих процессов» [1].

Анализ трендов, затрагивающих эту технологическую компоненту современных медиа, выявляет в качестве одного из важнейших аспектов их развития формирование индивидуального контента для потребителя. Это приводит к появлению разнообразных информационных сервисов и фактическому формированию нового облика медиасреды, трансформирующейся от широковещательной к таргетированной. В более ранних работах авторы доклада уже постулировали возникновение понятия медиакоммуникационной индустрии как новой социально-экономической категории. Медиакоммуникационная индустрия (МКИ, медиаком-индустрия или просто медиаком) представляет собой «социально-экономическую систему, объединяющую технические средства представления, передачи, хранения и обработки цифровой информации и взаимодействующих посредством этих технических средств субъектов – производителей и потребителей информации, обеспечивающую социальные взаимодействия членов общества, производство и распространение смыслов, конвертацию и трансформацию связанных с ними материальных и нематериальных капиталов» [1]. Де Прато и соавторы подчеркивают, что в ходе процесса индустриальной конвергенции границы индустрии существенно расширились, что привело к возникновению трёхсторонней экосистемы «ИТ – телекоммуникации – медиа» [5]. В настоящей работе расширяется и углубляется анализ технологической стороны этой экосистемы.

Очевидно, что в технологическом обеспечении функционирования МКИ на современном уровне развития должна входить инструментальная экосистема точечной доставки и подготовки контента для потребителя. В данной работе делается попытка сформировать укрупненный облик такой экосистемы и определить набор технологий (технологический стек), необходимых для ее успешной реализации. Ключевым звеном такого стека (и формируемой им медиасреды) должна быть система, предоставляющая индивидуальный контент для потребителя с учетом его возможных запросов. В предельном случае такого представления медиаконтент будет группироваться фактически в интерактивные сервисы, автоматически учитывающие особенности запроса потребителя. Представив медиаконтент в виде набора сервисов, мы приходим к облику технологической компоненты МКИ в виде комбинации современной телекоммуникационной системы и аналитическо-генеративной рекомендательной системы, формирующей предложение для потребителя контента. В общем случае такая система анализирует пользовательские данные, выявляя его предпочтения (в том числе скрытые) на основе многофакторного набора критериев, и генерирует для него контент, соответствующий как его явным индивидуальным запросам, так и смоделированному на основе этих критериев профилю предпочтений. При этом допускается возможность внедрения в этот критериальный аппарат установок, отражающих цели и задачи платформы-держателя сервиса.

Такой облик технической системы современных медиа автоматически приводит нас к набору технологий и технических решений, необходимых для ее создания, а именно:

– защищенные высокоскоростные сети связи;

– генеративный искусственный интеллект и рекомендательные сервисы на основе ИИ [2, 4];

– энергоэффективные датацентры [3];

– интерактивные сервисные абонентские устройства.

Все приведенные технологии являются крайне ресурсо- и наукоемкими. Соображения, излагаемые в работе, позволяют сделать вывод о том, что развитие запроса на технологическую компоненту МКИ как на систему предоставления потребителю таргетированных медиасервисов, потребует как создания совершенно новых технологических и технических решений в сфере передачи и обработки информации, так и огромных инвестиционных вложений в развитие технологий и инфраструктуры. Поэтому авторы доклада предполагают возрастание роли МКИ как одного из основных драйверов развития высоких технологий и ключевых потребителей технологических инноваций на среднесрочном горизонте планирования.

Литература

1. Вартанов С. А. Медиакоммуникационная индустрия: к теоретическому обоснованию категории // Вестник Московского ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2023. № 6. С. 3–36.
2. Вартанов С. А., Тышецкая А. Ю. Цифровые экосистемы как драйверы развития искусственного интеллекта в медиа: российская модель // Актуальные проблемы медиаисследований – 2024. М., 2024. Т. 1. С. 149–151.
3. Митин И. А., Елистратова И. Б. Стратегическая интеграция нейронных сетей в современные дата-центры // Управленческий учет. 2024. № 8. С. 294–302.
4. Нефедов С. И., Вартанов С. А, Рожин А. К. Инженерная реализация математической модели репрезентации социального конфликта // Медиаскоп. 2024. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2869>.
5. De Prato G., Sanz E., Simon J. P. (2014) Digital Media Worlds: The New Economy of Media. London: Palgrave MacMillan.