Елена Александровна Салихова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

[salikhova.msu@mail.ru](mailto:salikhova.msu@mail.ru)

**Ключевые направления инвестиций в развитие искусственного интеллекта в российских медиа**

В данном исследовании рассматриваются инвестиции российской медиаиндустрии в новые технологии в период с февраля 2022 по 2024 гг. Основной объем инвестиций связан с развитием технологий искусственного интеллекта.

Ключевые слова: искусственный интеллект, инвестиции, взаимодействие с аудиторией, автоматизация.

Медиаиндустрия претерпевает существенные изменения в связи с интеграцией технологий искусственного интеллекта в журналистику [3]. Инвестиции в использование технологий искусственного интеллекта становятся одним из наиболее актуальных трендов развития медиаиндустрии [2]. Необходимость инвестиций объясняется рыночным давлением и конкурентной динамикой: финансовые трудности вынуждают медиакомпании искать технологии, снижающие затраты и повышающие эффективность работы, стимулом инвестиций в генеративный ИИ становится стремление опередить конкурентов [4].

В данном исследовании рассматриваются инвестиции российской медиаиндустрии в новые технологии в период с февраля 2022 по 2024 гг. Авторами был проведен PEST-анализ и интервью с топ-менеджерами крупнейших российских медиакомпаний для выявления преобразований в политических, экономических, социальных и технологических аспектах. Среди технологических факторов как особенно значимый эксперты-информанты определили фактор «необходимости инвестиций в новые технологии». Основной объем инвестиций связан с развитием технологий искусственного интеллекта. ИИ стал драйвером роста, обеспечивая улучшение взаимодействия с аудиторией, а также автоматизацию различных стадий производства контента в редакциях [1].

Инвестиции во взаимодействие с аудиторией были направлены на повышение удобства использования платформ, развитие рекомендательных систем, персонализацию пользовательского опыта с учетом индивидуальных предпочтений и даже настроений пользователей. Медиакомпании сфокусировали усилия на создании с помощью генеративного ИИ вертикальной продуктовой интеграции, внедрении единого «окна» для всех сервисов и медиапродуктов экосистем, единой подписке, прозрачном биллинге и т.п. Инвестиции в коммуникации с аудиторией решают такие задачи бизнеса, как создание нового опыта взаимодействия с контентом и укрепление лояльности аудитории, а также создание уникальных IT-решений, которые являются не копируемым конкурентным преимуществом компании.

Вторым направлением инвестиций в развитие ИИ-технологий топ-менеджеры назвали автоматизацию производства контента, а именно: автоматизацию создания и редактирования контента, автоматизацию рутинных процессов (расшифровка аудиофайлов, обработка шумов в аудиоконтенте и пр.), автоматизацию фактчекинга аудио- и видеоконтента, автоматизацию работы с библиотеками контента (быстрый поиск релевантного новости видеоконтента). Результатами внедрения ИИ-технологий в производственный процесс является увеличение объемов производства контента, ускорение процесса создания и удешевление производства контента, повышение производительности труда, высвобождение сотрудников для создания эксклюзивного контента, расширение географии присутствия (создание с помощью ИИ-технологий контента в «безфилиальных» городах).

Несмотря на то, что контент, произведенный ИИ, пока качественно проигрывает журналисту и существуют риски репутационного ущерба в связи с несовершенством ИИ-технологий, собственники бизнеса и руководители медиакомпаний рассматривают внедрение технологических инноваций, связанных с ИИ, как необходимое условие выживания, возможность масштабирования бизнеса, освоения новых ниш и достижения амбициозных стратегических целей. Рядовые сотрудники часто демонстрируют неприятие ускоренного инвестирования и внедрения ИИ-технологий, неготовность адаптироваться к новым условиям в связи с опасениями потери рабочих мест.

Важно отметить ограничение данного исследования: оно охватывает крупные медиакомпании (федеральные медиахолдинги и медиакомпании, экосистемы). Масштаб и интенсивность инвестиций в генеративный ИИ лидеров российского медиарынка подтверждают озабоченность исследователей намечающимся увеличением разрыва между крупными медиакомпаниями и теми изданиями, которые не могут себе позволить долгосрочные инвестиции в инновационные технологии [2], а также растущей зависимостью новостных организаций от технологических компаний в части инструментов и инфраструктуры ИИ [4].

Литература

1. Вьюгина Д. М., Салихова Е. А. Форсированные инвестиции в новые технологии: ключевые тренды и вызовы российской медиаиндустрии // Сборник тезисов конференции «Журналистика в 2024 году: творчество, профессия, индустрия». М., 2025. С. 152–154.

2. Давыдов С. Г., Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2023. № 5. С. 3–21. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321.

3. Beckett C., Yaseen M. (2023). Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with artificial intelligence. URL: <https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change>. (accessed: 06.11.2024).

4. Simon F. M. (2024). Artificial Intelligence in the News How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena. URL: <https://towcenter.columbia.edu/sites/default/files/content/Tow%20Report_Felix-Simon-AI-in-the-News.pdf>. (accessed: 06.11.2024).