**Медиатех – новое слово. Как РБК развивает искусственный интеллект**

***Понятие «медиатех» пока мало используют в медийном и технологическом сообществе — медиа ещё не осознали себя технологическими компаниями. А сделать это пора: кастомизация информации и рекламы с помощью ИИ, big data и рекомендательных систем трансформирует модель устройства редакций и позволяет медиакомпаниям выживать.***

*Зачем журналистам искусственный интеллект*

Прогрессирующая баннерная слепота и отвращение пользователя к прямой рекламе заставили всех заговорить о «смерти журналистики». На наш взгляд, во избежание этого сегодня редакции должны научиться воспринимать развитие технологических платформ персонализированной упаковки и доставки контента как важную часть своей деятельности. РБК – первое медиа в России, которое начало работать в этом направлении.

*Алгоритм и «защита от алгоритма»*

Первым шагом в персонализации контента стала фильтрация ленты новостей в IOS и Android приложениях РБК. Потом появились рекомендательные системы. Так продукты РБК начали собираться в единую систему, покрывающую информационные потребности пользователя.

Формирование персонализированной контентной сетки мы отдали на откуп искусственному интеллекту. Это повысило вовлеченность пользователя, его рециркуляцию внутри продуктов РБК, время сессии и число просмотров. По мере развития алгоритма совершенствуются метрики – это открывает новое поле для монетизации редакционной деятельности.

Вслед за релевантным контентом аудитория начнет получать релевантную рекламу. А компаниям, покупающим партнерские и специальные проекты, мы сможем предложить новый уровень нативности.

*Медиатех – новое поле деятельности для разработчиков.*

Сегодня журналистам сложно определить вектор развития медиа – новые модели потребления информации строят IT-разработчики. Под медиатехом подразумевается производство и доставка именно редакционной, прошедшей проверку, по-настоящему журналистской информации. «Хайпотеха», т.е. распространения недостоверных сведений, и так хватает: в Facebook в 2020 году пользователи делали перепосты фейков в шесть раз чаще, чем достоверной информации.

Вероятно, в будущем будут востребованы агрегаторы, который смогут фильтровать весь новостной поток и выдавать пользователю внятные новости с гарантией достоверности. РБК как медиатех уже сейчас опережает соцсети и многие СМИ по доставке качественной информации.