



СОЮЗ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ВУЗОВ КИТАЯ И РОССИИ

Пятнадцатые  
Международные  
научные чтения в Москве  
СМИ и массовые  
коммуникации  
2023



The 15<sup>th</sup>  
International  
Media Readings in Moscow  
Mass Media  
and Communications  
2023

## The 15<sup>th</sup> International Media Readings in Moscow 'Mass Media and Communications-2023'

*The age of uncertainty in modern media and journalism:  
Challenges of big data and artificial intelligence*

**Organizer:** Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University  
**In partnership with:** National Association of Mass Media Researchers,  
Union of Journalism Education of Chinese and Russian Universities  
**Dates:** November 9-10, 2023  
**Format:** hybrid event (offline and online)  
**Local organizing and program committees** are headed by Professor Elena Vartanova, Dean of the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Academician of the Russian Academy of Education

Discussions on the technology-driven changes in the nature of media systems have been on the rise since the second half of the twentieth century. Digitalization and related processes signalled a new round of transformations that hit full force in the 2010s and continues to gain steam, as new technologies are making deep inroads into everyday life. This, in turn, emboldened the contradictions within media system's hierarchy: exposed to network communication, organizational structures are increasingly lacking in their erstwhile rigidity; vying for space with new media built by "new professionals" and opinion makers, legacy media are losing popularity and advertising revenue; conventional professionalism gives way to personalization of the profession in the digital media environment; vertical hierarchy is replaced with more horizontal and fluid self-regulation approaches; media systems are increasingly undergoing de-globalization.

Within this delicate social and professional balance, algorithms, big data and virtual reality powered by artificial intelligence have a particularly marked effect on the industry, as they transform individual media diets and communication patterns as well as media business models altogether. We are at the dawn of the artificial sociality era that heralds the increased AI participation in social interactions as an

active mediator and potentially as a new full-fledged social subject. This certainly calls for new conceptual frameworks that would reopen the question about the role of humans and machines in their social interaction (Lewis, Guzman, Schmidt, 2019). As a result, we witness transformations of the communication space in which all the professionals operate, including journalists, media communicators, advertisers, PR specialists, educators and researchers.

Media sphere is a potential leader in applying AI-driven tools due to the level of digitalization and the substantial benefits yielded in all realms of public communication and at all stages of creation, distribution and promotion of media content (Vartanova, 2023). Current advances include monitoring programs, algorithms for processing large information flows, recommendation social networks algorithms, text production pipelines and automated news-writing software, chatbots, personalization systems, editorial automation, artificial decision-making, and many other useful features. At the same time, journalism scholars have also been sensitizing societies for the potential risks and challenges inherent in applying big data and AI technologies.

Rich history of foreign and domestic discourse has been dwelling on different aspects of artificial intelligence, from the impact on media consumption and news-making practices to the ethical issues and management problems. Artificial intelligence has sparked a variety of polarized reflections by both scholars and practitioners; however, many are optimistic about the prospects of this technologies for the industry (Davydov, Lukina, Krasheninnkova, Zamkov, 2022). There is a growing body of research on specific near-term potentials of big data and AI for different areas of journalism, including investigative (Broussard, 2015; Stray, 2019), local (Borchardt, 2022), and public service journalism (Linn & Lewis, 2022). Experts have grappled with values and boundaries of new technologies within the industry, charting a course towards discussions around the place of AI in news making. In particular, they uncover the unlimited possibilities for data extraction and pattern recognition, point to the vast potential to lower hostile media bias (Clowdy et.al, 2021), while also discussing novel ethical challenges at the intersection of media and cyber ethics (Dörr, Hollnbucher, 2016; Lukina, Zamkov, Krasheninnikova, Kulchitskaya, 2022) and risks posed for accountability and professional decision-making. Given the increased economic and contextual complexity, as well as the ever-changing normative ideals, debates around the power of AI technologies in the media industry became even more salient in recent years.

Though academic community has shone spotlight on certain AI-related problems, this field of research is still riddled with uncharted areas. At this conference we welcome discussion on the strategies for fostering AI intelligibility and for embedding big data and AI-driven tools into journalism routines in such a

way that they could ensure accuracy, accessibility, diversity, relevance, and timeliness of production at all stages of news work, as well as reflections on the vectors of algorithms-induced transformation of legacy journalism and new media. Specifics of audience's view of automation and the changing relationship between audience and newsmaker caused by the personalized news delivery are other important issues that should be cast into stark relief. Lastly, we encourage debates on the new norms, missions and professional requirements that underlie journalism in the era of artificial intelligence.

Abstracts (between 300 and 500 words) in .doc or .docx in English or Russian, including author(s) name(s) and affiliation(s) should be sent to [moscow.readings@mail.ru](mailto:moscow.readings@mail.ru) before **September 1, 2023**.

### **Registration fee**

Moscow Readings conference does not have conference registration fee. All costs will have to be covered either by the home institution or by presenters themselves.

### **Publishing opportunities**

Best papers will be considered for publication in peer-reviewed indexed journals *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* (Scopus, Web of Science) and *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies* (Scopus).

The 15th Moscow Readings conference will be organized as a hybrid conference. We are looking forward to meeting you in November 2023 in Moscow in person or online, from wherever you are.

### **Contact details**

Contact email: [moscow.readings@mail.ru](mailto:moscow.readings@mail.ru)

Phone number: +7 (495) 629 52 76



СОЮЗ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ВУЗОВ КИТАЯ И РОССИИ

Пятнадцатые  
Международные  
научные чтения в Москве  
СМИ и массовые  
коммуникации  
2023



The 15<sup>th</sup>  
International  
Media Readings in Moscow  
Mass Media  
and Communications  
2023

## Пятнадцатые международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации-2023»

*Эпоха неопределенности в современных СМИ и журналистике:  
вызовы больших данных и искусственного интеллекта*

**Организатор:** Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова  
**При участии** Национальной ассоциации исследователей массмедиа,  
Союза журналистского образования вузов Китая и России

**Даты:** 9-10 ноября 2023 года

**Формат:** гибридный (оффлайн и онлайн)

**Руководитель организационного и программного комитетов:** д.ф.н.,  
профессор, декан факультета журналистики МГУ, академик РАО Елена  
Леонидовна Вартанова

Начиная со второй половины XX века в теории медиа одной из ключевых тем для обсуждения стала меняющаяся под воздействием технологического развития структура медиасистем. На протяжении последнего десятилетия цифровизация и связанные с ней процессы общественных трансформаций привели к новому витку изменений, характеризующимся более глубоким проникновением цифровых технологий в повседневную жизнь. В медиасистеме проявляются новые узлы противоречий: стабильные прежде организационные структуры медиасистемы, подвергаясь воздействию сетевой коммуникации, утрачивают устойчивость; конкурируя с новыми медиа, «новыми профессионалами» и лидерами мнений, традиционные / институционализированные СМИ теряют популярность и рекламные доходы; в журналистике конвенциональный профессионализм сменяется персонализацией профессии в цифровой медиасреде; вертикальная иерархия процесса регулирования заменяется горизонтальными и гибкими подходами саморегулирования; все чаще медиасистемы характеризуются переходом от глобализации к деглобализации.

Особенно заметными в неустойчивом социальном и медиаконтексте становится влияние на цифровую медиасреду функционирующих на базе искусственного интеллекта алгоритмов, больших данных и виртуальной реальности. Это ведет к заметным трансформациям индивидуальных моделей коммуникации, медиапотребления, экономических основ медиабизнеса. Очевидно, что мы находимся в начале процесса конструирования искусственной социальности, предполагающей участие искусственного интеллекта в социальных взаимодействиях в качестве активного посредника и с большой степенью вероятности в качестве нового социального субъекта. Все это заставляет искать новые концептуальные парадигмы, которые предлагают переосмыслить место и роль людей и машин в социальном взаимодействии (Lewis, Guzman, Schmidt, 2019). В результате меняется и коммуникативное пространство общества, в рамках которого осуществляют свою деятельность все специалисты, в том числе и журналисты, медиакommunikаторы, PR- и рекламные специалисты, педагоги, исследователи.

Сегодня медиасфера является лидером в применении искусственного интеллекта благодаря уровню цифровизации и получаемым в результате заметным преимуществам, которые предлагают данные инструменты во всех сферах публичной коммуникации на всех этапах создания, распространения и продвижения медиаконтента (Вартанова, 2023). В числе актуальных достижений – программы мониторинга, алгоритмы обработки больших массивов информации, рекомендательные алгоритмы социальных сетей, автоматизированные модели и ПО для производства текстов, чат-боты, системы персонализации, автоматизация редакционных процессов, искусственное принятие решений и множество других полезных опций. В то же время исследователи журналистики поднимают вопросы о потенциальных рисках и проблемах, связанных с применением технологий больших данных и искусственного интеллекта.

Большой пласт отечественных и зарубежных исследований рассматривает различные аспекты внедрения искусственного интеллекта в медиа, начиная от влияния искусственного интеллекта на медиапотребление и производство контента и заканчивая этическими и организационными вопросами. Искусственный интеллект получил крайне неоднозначную оценку как от ученых, так и от практиков; многие исследователи с оптимизмом смотрят на перспективы применения этой технологии для индустрии, понимая возможные проблемы (Давыдов, Лукина, Крашенинникова, Замков, 2022; Салихова, Вартанов, Гладкова, Дунас, 2022). Активно исследуются конкретные возможности, предлагаемые большими данными и искусственным интеллектом для различных областей журналистики, включая

расследовательскую (Broussard, 2015; Stray, 2019), локальную (Borchardt, 2022) и социальную журналистику (Linn & Льюис, 2022). Обсуждая роль искусственного интеллекта в производстве новостного контента, исследователи стремятся определить границы внедрения новых технологий в профессиональную отрасль и зафиксировать трансформации в ценностной парадигме. В частности, ученые указывают на неограниченные возможности для извлечения данных и распознавания образов, подчеркивают потенциал технологий для снижения недоверия аудитории к СМИ (Clowdy et.al, 2021), а также обсуждают новые этические проблемы на стыке этики СМИ и кибербезопасности (Dörr, Hollnbucher, 2016; Лукина, Замков, Крашенинникова, Кульчицкая, 2022) и риски, связанные с ответственным принятием профессиональных решений. В последние годы споры о влиянии технологий искусственного интеллекта на медиаиндустрию стали еще более актуальными в связи с меняющимися экономическими условиями и трансформирующимися нормативными рамками.

В рамках Московских чтений этого года предлагается обсудить стратегии внедрения больших данных и инструментов искусственного интеллекта в профессиональные практики журналистов и редакций в целях обеспечения точности, доступности, разнообразия, актуальности и своевременности производства новостного контента на всех этапах, векторы трансформации традиционной журналистики и новых медиа под влиянием алгоритмов и рекомендательных сервисов. Отдельное внимание предлагается уделить вопросам, связанным с аудиторными практиками: восприятию пользователями автоматизации; изменению отношений между аудиторией и журналистом вследствие персонализации контента. Отдельное внимание на предстоящей конференции будет уделено новым этическим и регуляторным нормам, задачам и профессиональным требованиям, предъявляемым к журналистике и СМИ в эпоху искусственного интеллекта.

Тезисы (от 300 до 500 слов) в формате doc. или docx. на русском или английском языке, включая имена авторов и названия организаций, принимаются по адресу [moscow.readings@mail.ru](mailto:moscow.readings@mail.ru) до **1 сентября 2023 года**.

### **Регистрационные взносы**

Регистрационный взнос отсутствует, однако любые возможные расходы покрываются участниками самостоятельно.

### **Публикации по итогам конференции**

По итогам конференции будет издан сборников тезисов (РИНЦ). Авторам лучших докладов будет предложена возможность для публикации в журналах *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика* (ядро РИНЦ, Scopus, Web of Science) и *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies* (ядро РИНЦ, Scopus).

**Контактная информация**

Email: [moscow.readings@mail.ru](mailto:moscow.readings@mail.ru)

Телефон: +7 (495) 629 52 76