

*Евдокимов Сергей Сергеевич*

Студент, Факультет Инженерный Бизнес и Менеджмент  
Московский государственный технический университет имени Н. Э.  
Баумана (национальный исследовательский университет)  
г. Москва

E-mail: [evdokimov.seryozha@mail.ru](mailto:evdokimov.seryozha@mail.ru)

*Соколов Глеб Александрович*

Студент, Факультет Инженерный Бизнес и Менеджмент  
Московский государственный технический университет имени Н. Э.  
Баумана (национальный исследовательский университет)  
г. Москва

E-mail: [g.a.sokolov@internet.ru](mailto:g.a.sokolov@internet.ru)

*Сидельников Иван Сергеевич*

Студент, Факультет Инженерный Бизнес и Менеджмент  
Московский государственный технический университет имени Н. Э.  
Баумана (национальный исследовательский университет)

E-mail: [ivan28652@gmail.com](mailto:ivan28652@gmail.com)

## **ОПТИМИЗАЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ ЧЕРЕЗ ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ: ПОДХОДЫ К КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

**Аннотация:** В данной статье проводится всесторонний анализ взаимосвязи между цифровизацией медиапредприятий и их устойчивым развитием. Особое внимание уделяется методологии комплексной оценки эффективности цифровой трансформации, включающей экономические, экологические и социальные показатели. Рассматриваются ключевые цифровые технологии, такие как искусственный интеллект, блокчейн, большие данные и облачные вычисления, и их роль в оптимизации производственных процессов медиакомпаний. На основе исследований предлагается система критериев для

оценки устойчивости медиаорганизаций в цифровую эпоху. Статья содержит практические рекомендации по внедрению цифровых инструментов с учетом принципов корпоративной социальной ответственности и экологической эффективности.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, медиаиндустрия, цифровая трансформация, искусственный интеллект, блокчейн, большие данные, облачные технологии, корпоративная социальная ответственность, экологическая эффективность, комплексная оценка.

**Abstract:** This article provides a comprehensive analysis of the relationship between the digitalization of media enterprises and their sustainable development. Special attention is paid to the methodology of a comprehensive assessment of the effectiveness of digital transformation, including economic, environmental and social indicators. Key digital technologies such as artificial intelligence, blockchain, big data and cloud computing are considered, and their role in optimizing the production processes of media companies. Based on the research, a system of criteria is proposed for assessing the sustainability of media organizations in the digital age. The article contains practical recommendations on the implementation of digital tools, taking into account the principles of corporate social responsibility and environmental efficiency.

**Keywords:** sustainable development, media industry, digital transformation, artificial intelligence, blockchain, big data, cloud technologies, corporate social responsibility, environmental efficiency, integrated assessment.

## **Введение**

В настоящее время идет глубокая трансформация в медиаиндустрии. Традиционные подходы неизбежно устаревают под натиском новых технологий, изменений потребностей потребителей и ужесточения требований. Именно поэтому сейчас, как никогда актуально обратиться к

методологии устойчивого развития, чтобы выйти за рамки исключительно экономических показателей.

Устойчивое развитие в современной быстроменяющейся цифровой эре способно предоставить стабильность. Чтобы достичь целей устойчивого развития не лишним будет прибегнуть к использованию цифровых инструментов [3].

Данное исследование рассматривает не только технологическую сторону внедрения цифровых решений, но и их влияния на социальные и экологические показатели деятельности медиаорганизаций.

### **Концепция устойчивого развития в медиасфере**

Специфика устойчивого развития в медиа в полной мере просматривается в опубликованном контенте. В отличие от иных организаций, медиа сталкиваются с информационным переизбытком, этическими вопросами и высокими энергозатратами цифровой среды. Экономически, это монетизация, доходная диверсификация и рыночная адаптация. Социально – это ответственность за контент, защита данных и этика. Экологически – снижение углеродного следа от работы дата-центров, серверов и других элементов цифровой инфраструктуры [7].

Одной из основных задач устойчивого развития в медиакомпаниях – это корпоративное управление. Согласно различным исследованиям компании, придерживающиеся принципов устойчивого развития, показывают более высокие экономические результаты и лучшую устойчивость к кризисам [2].

Автоматизация процессов контент-менеджмента, благодаря использованию технологий искусственного интеллекта, оптимизирует производственные цепочки и сокращает издержки. Облачные решения, снижают энергопотребление. Блокчейн технологии помогают защищать авторские права, а возможность анализировать большие данные позволят делать более точные прогнозы и адаптироваться компаниям под спрос[1]. Все

эти технологии в совокупности создают основу для построения устойчивой бизнес-модели медиакомпаний в цифровую эпоху [8] (Схема 1).

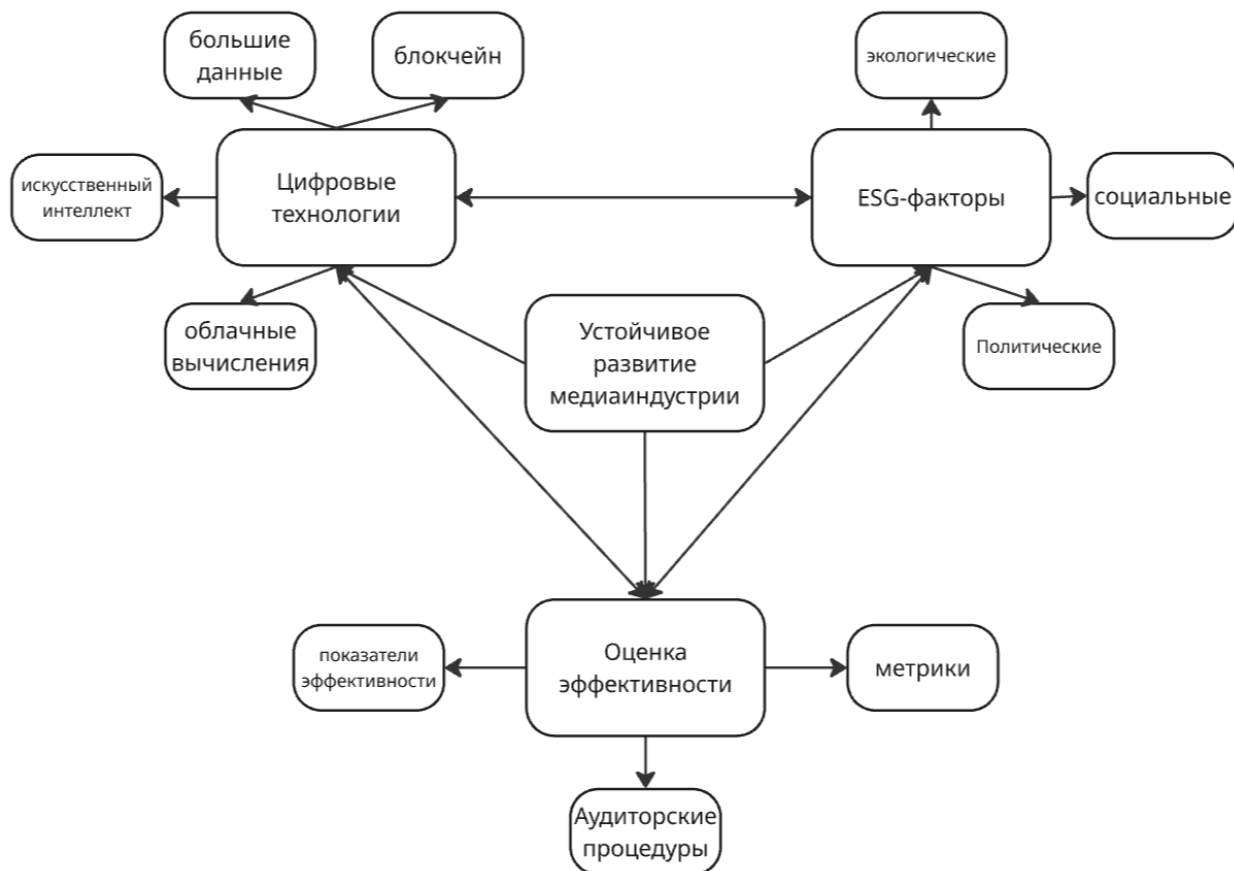


Схема 1. Взаимосвязь цифровых инструментов, оценки эффективности и устойчивого развития медиакомпаний.

### **Цифровые инструменты для устойчивого развития медиакомпаний**

Цифровые инструменты открывают абсолютно новые возможности медиакомпаниям. Технологии искусственного интеллекта вносят радикальные изменения, автоматизированные системы уже способны как создавать и реферировать, так и редактировать, и оформлять контент, так же они способны переводить контент с любых языков и выявлять фейковую информацию. Передовые системы способны автоматически подбирать способы привлечения аудитории. Искусственный интеллект используется и для оптимизации энергопотребления дата-центров. Исследование Google продемонстрировало: применение алгоритмов DeepMind позволило сократить энергозатраты на

охлаждение серверов на 40%, что оказывает значимый эффект на экологию [6]. Смарт-контракты позволяют автоматизировать процессы лицензирования контента и распределения роялти, что ощутимо сокращает транзакционные издержки. Для монетизации цифрового контента все чаще используют технологии NFT, которые обеспечивают прозрачность владения и подлинности медиаактивов. В аспекте устойчивого развития особый интерес представляет применение блокчейна для отслеживания углеродного следа медиакомпаний и верификации экологических инициатив [4].

### **Комплексная оценка устойчивости медиаорганизаций**

Для оценки устойчивости была разработана система, включающая в себя различные показатели, которые для простоты понимания были объединены в три группы: экономическая, экологическая и социальная. Экономические – это возврат на инвестиции в цифровые технологии, рост доходов от цифровых продуктов и снижение операционных издержек. Экологические – энергоэффективность, уровень оставляемого углеродного следа и объем вторично использованных ресурсов. Социальная группа включает такие показатели, как вовлеченности аудитории, качества контента и вклада в развитие медиаграмотности [5]. Все показатели оцениваются по пятибальной шкале с учетом коэффициентов, затем находятся средние значения по группам, которые суммируются вместе в итоговое значение, которое принимает значение от 0 до 15 баллов, где чем выше значение, тем лучше компания прошла данную проверку.

$$S = E_{\text{экон}} + E_{\text{экол}} + E_{\text{соц}}$$

где:

$E_{\text{экон}}$  – средний балл экономической группы показателей;

$E_{\text{экол}}$  – средний балл экологической группы показателей;

$E_{\text{соц}}$  – средний балл социальной группы показателей.

Расчет средних значений по группам:

$$E_{\text{экон}} = \frac{K1 \cdot P1 + K2 \cdot P2 + K3 \cdot P3}{3}$$

где:

P1 – возврат на инвестиции в цифровые технологии (1–5 баллов);

P2 – рост доходов от цифровых продуктов (1–5 баллов);

P3 – снижение операционных издержек (1–5 баллов);

K1, K2, K3 – весовые коэффициенты.

$$E_{\text{экол}} = \frac{K4 \cdot P4 + K5 \cdot P5 + K6 \cdot P6}{3}$$

Где:

P4 – энергоэффективность (1–5 баллов);

P5 – уровень углеродного следа (1–5 баллов);

P6 – объем вторично использованных ресурсов (1–5 баллов);

K4, K5, K6 – весовые коэффициенты.

$$E_{\text{соц}} = \frac{K7 \cdot P7 + K8 \cdot P8 + K9 \cdot P9}{3}$$

где:

P7 – вовлеченность аудитории (1–5 баллов);

P8 – качество контента (1–5 баллов);

P9 – вклад в развитие медиаграмотности (1–5 баллов);

K7, K8, K9 – весовые коэффициенты.

**Заключение**

Цифровая трансформация медиаиндустрии – это уникальная возможность для медиакомпаний. Конечно, части из них будет сложно освоить новые технологии и подстроиться под современные тренды такие, как устойчивое развитие, однако те компании, которые все же освоят современные цифровые инструменты и правильно будут использовать методы устойчивого развития получат колоссальное конкурентное преимущество.

Дальнейшие исследования сосредоточатся на стандартизации в данной области с учетом особенностей Российского законодательства.

### **Список источников**

1. Бидель С., Джойс Р. The Forrester Wave™: платформы управления данными, 4-й квартал 2015 г. // Forrester Research Inc. — 2015. - С. 1-17.
2. Зубарева Ю. В. Цифровая трансформация АПК как элемент устойчивого развития региона //International Agricultural Journal. – 2021. – №. 5. – С. 1-15.
3. Клаус Ш. Четвертая промышленная революция. – Litres, 2016. – С. 1-137.
4. Лю Л., Чжан В., Хан К. Обзор применения технологии блокчейн в СМИ // Одноранговые сети и приложения. – 2021. – Т. 14. – №. 5. – С. 3143-3165.
5. Мартикайнен А. Исследование применения стандарта ISO 26000: на примере компании. — 2025. – С. 1-35.
6. Поулс Дж., Ходсон Х. Google DeepMind и здравоохранение в эпоху алгоритмов // Здоровье и технологии. – 2017. – Т. 7. – №. 4. – С. 351-367.
7. Тапскотт Д., Тапскотт А. Революция блокчейна: как технология, лежащая в основе биткоина, меняет деньги, бизнес и мир. — Penguin, 2016. – С. 1-17.
8. Хесс Т. и др. Как немецкие медиакомпании определили свои стратегии цифровой трансформации //MIS Quarterly Executive. — 2016. — Т. 15. — №. 2. — С. 10 -119.