

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-36>

ЖУРНАЛИСТИКА И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

Одаренко О. В.

*старший викладач кафедри журналістики та нових медіа
Київський університет імені Бориса Грінченка
м. Київ, Україна*

В настоящее время вполне возможно управлять жизнью и бизнесом при помощи разнообразных гаджетов, инфокоммуникационных технологий и алгоритмов искусственного интеллекта (далее – ИИ). Технологии ИИ рассматриваются нами, как актуальный медиа тренд, оказывающий существенное влияние на развитие современной медиа сферы в целом, и профессиональной журналистики, в частности. Успех конвергентных редакций, известность изданий уже сейчас во многом определяются способностью эффективно внедрять современные технологические новшества. Проанализируем сферы применения ИИ в современной журналистике и кратко очертим круг возможностей. В тексте мы сознательно избегаем упоминания об уже имеющихся практиках применения ИИ в изданиях, ввиду изменчивости технологий и гаджетов, применяемых на практике. Сосредоточимся на основных направлениях использования ИИ в современной журналистике. ***Искусственный интеллект способен существенно расширить горизонты цифровой журналистики.*** Ведущие издания используют приложения для обработки статистических данных, «больших данных» (Big data) в области финансов, в сфере борьбы с преступностью, освещении стихийных бедствий, спортивных и политических событий, например, результатов выборов. В 2020 году премию Online Journalism Awards, присуждаемой в сфере цифровой журналистики, за лучшие инновации в журналистике, впервые получил ИИ. Это Sophie – искусственный интеллект, используемый канадской ежедневной газетой The Globe and Mail, где он отвечает за создание 99% контента издания. ИИ используется в рекламе, выполняет функции редактора, устраняя грамматические и стилистические ошибки и предлагая различные варианты исправления ошибок; распознает разные контексты и посылы, реализуемые автором в тексте. Осуществляется автоматическая обработка данных, перевод на разные языки мира, автоматизация больших объемов stories и видео. ***Продоление***

«контентной слепоты». Простой перечень преимуществ использования ИИ в медиа сфере не имеет большой ценности. Более является контекст «контентной слепоты». Как ИИ может помочь в преодолении этого феномена современной медиа сферы, вызванного невозможностью усвоения колоссального количества информации? Созданием мега-контекста путем автоматического выбора источников с точки зрения их значимости, анализом статей и составлением краткого резюме, что способно существенно облегчить поиск необходимой релевантной информации. Однако, все еще существует проблема адекватности понимания смысла написанного. **Организация ежедневной работы редакции.** Многими издателями ИИ рассматривается, как удачная возможность ускорить обработку инфоповодов, упростить рутинные процессы в редакции, в частности, связанные с подготовкой ежедневных выпусков, сопровождающихся значительными объемами статистических данных или описанием повторяющихся событий. Роботы-журналисты как нельзя лучше отвечают современному пониманию «универсального журналиста». В то же время они не страдают концентрацией на своем эго, не подвергаются эмоциональному выгоранию, могут «работать» в ночных выпусках, не требуют заработной платы и социальных гарантий, что особенно явно проявилось во время пандемии Covid-19, когда многие журналисты и фрилансеры лишились работы, а небольшие редакции закрылись. Высказывается мнение, что совместная деятельность с машинами, наделенными ИИ, способна улучшить производительность сотрудников, улучшить их навыки, например, грамотность, и освободить время для решения творческих задач. Обратной стороной широкого внедрения ИИ является увольнение редакторов. Очевидно, что технологии ИИ способны спровоцировать **кризис занятости на медиа рынке. Интерактивное общение с потребителями, привлечение / удержание аудитории.** Искусственный интеллект используется для поиска новостей в социальных сетях и распознавания лиц, что дает возможность составить «портрет» пользователя / пользовательских сообществ; осуществлять анализ пользовательских настроений, в том числе, на уровне анализа эмоций; адаптировать контент под запросы различных целевых аудиторий (даже на уровне заголовков); генеровать / модерировать / устранять негативные комментарии, улучшать рекомендации. Чат-боты активно взаимодействуют с аудиторией, рассказывая о новостях, предлагая наиболее популярные истории и заголовки, собирая отклики и психологически поддерживая пользователей. Результатом становится отслеживание актуальных трендов, создание / распространение

персонифицированного «значимого» контента (например, формирование своей колонки новостей), являющегося важной составляющей цифровой детоксикации. В то же время, применение ИИ может приводит к эффекту «эхо-камеры» и созданию «информационных пузырей». ***Распознавание фейковой информации (новостей) на фоне общемирового тренда усиления борьбы с дезинформацией и «теориями заговора».*** Алгоритмы ИИ широко используются в социальных сетях для поиска и нейтрализации фейков, проверки фактов надостоверность, в том числе, в журналистских расследованиях. Системы ИИ могут быть использованы в целях дезинформации, для генерирования фейков, ввиду возможности писать содержательные тексты различных жанров или же продолжать уже известные произведения. С точки зрения достоверности, контент, сгенерированный ИИ, воспринимается гораздо лучше, но при этом, такой контент может быть менее эмоциональным. Следует отметить набирающую популярность технологию дипфейков, при помощи которой можно генерировать как визуальные фейки, так и ложные голосовые сообщения. Искусственный интеллект также используется для анализа и ранжирования вредоносного контента (на основе больших баз данных) и составления перечня таких ресурсов, выполняя функцию своего рода регулятора медиа сферы. Масштабное внедрение технологий, основанных на алгоритмах ИИ способно радикальным образом повлиять как на медиа сферу, путем повышения общественного понимания и принятия, и на личность самого журналиста. Внедрение искусственного интеллекта способно усилить творческую составляющую профессии журналиста, позволить журналистам сосредоточиться на более глубинном анализе «незаметных» фактов и изменений, которые могут лечь в основу историй и журналистских расследований (выявление «точек отклонения»); понимать потребности аудитории и ее различных групп в режиме реального времени. Искусственный интеллект способствует возврату к стандартам качественной журналистики, а не продвижению журналистики «кликбейта». В то же время открытыми остаются вопросы о юридических, этических аспектах, психологических последствиях использования ИИ в журналистике, требует соответствующих поправок в нормативно-правовые документы и кодексы журналистской этики.