

понденты ежемесячно должны предоставлять отчет о подготовке текстов по своей направленности в секретариат газеты.

Количество и качество инновационной информации в СМИ во многом зависит от количества и сущностных характеристик творческих отделов редакции. Формирование инновационного контента в региональных печатных СМИ в условиях реализации ГПИР является принципиально важным элементом на пути становления экономики знаний в Беларуси. Структуризация творческих отделов представляется обстоятельством вероятности регулярного производства сообщений специфической тематики в региональных СМИ и популяризации концепта о необходимости всеобщего развития в условиях инновационной деятельности.

Литература

1. *Гуревич С. М.* Газета: вчера, сегодня, завтра: учебное пособие для вузов / С.М. Гуревич. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 174.
2. *Петроченко А. Г.* СМИ как фактор оптимизации реализации государственной программы инновационного развития Республики Беларусь / А.Г. Петроченко // Mass Media after post-socialism: trends of 2000s, 15-16 нояб. 2012 г., Москва / редкол.: Н. Макеенко. М.: MediaMr, 2012. С.134–138.

КАК ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И РОБОТОТЕХНИКА МЕНЯЮТ ЖУРНАЛИСТИКУ?

В. А. Степанов

«Хокку слагает / машина из строчек / газетных»: **The New York Times** запустила сервис, который изучает опубликованные на сайте издания материалы и выбирает из них цитаты-трехстишия, содержащие достаточное количество слогов. Блог haiku.nytimes.com – это, конечно, не попытка потеснить поэтов: алгоритм, по словам разработчиков, «лишен чувства прекрасного». Но его способности по анализу больших массивов текстов далеко опережают возможности человека-редактора.

Компьютеры больше не хотят оставаться электронными печатными машинками – искусственный интеллект (ИИ) способен на большее. Зимой 2012 г. журнал **Forbes** [1] «нанял на работу» первого «робота-журналиста», который готовит отчеты о финансовом положении компаний. Редакция стала клиентом компании Narrative Science. Ее авторы, ученые из Северо-восточного университета (Чикаго, США), создали инструмент для работы со статистикой, который преобразует цифры и таблицы в сухой и блеклый по стилю, но вполне понятный человеку документ. Со временем программа научилась даже делать политический анализ, обрабатывая потоки сообщений в Twitter. Газета **Los Angeles Times** использует [2] возможности ИИ в отделе новостей. В феврале на сайте

издания в полшестого утра появилась заметка о землетрясении в Калифорнии, снабженная картой. Репортер Кен Швенке, чье имя стояло под материалом, мирно спал – текст сгенерировал алгоритм. ИИ помогает и криминальным репортерам: он изучает статистику, которую присылают полицейские, и ищет «самые интересные» случаи, о которых сообщает журналисту по e-mail. **Если в предыдущее десятилетие ученые и эксперты говорили о UGC – user-generated content (контент, который готовят пользователи-непрофессионалы) и «гражданской журналистике», то сейчас впору говорить о CGC – computer-generated content (контент, который готовит ИИ) и «машинной журналистике».**

Компьютерные программы и сервисы позволяют решать две задачи – **производства контента и его систематизации.** В обоих случаях алгоритмы, как и любая техника, имеющая инструментальный характер, выполняют рутинные операции. Едва ли в 2016 году, как предсказывает сооснователь Narrative Science Крис Хаммонд, компьютер сможет выиграть Пулитцеровскую премию, но вполне возможно, что «более 90 % новостей» через 15 лет «будут созданы цифровыми репортерами» [3].

Достоинства машины как создателя текстов очевидны: 1) низкая стоимость, 2) отсутствие «человеческого фактора» (влияние социально-психологического климата в коллективе на производительность труда), 3) скорость. Это особенно актуально в период, когда не все СМИ (особенно печатные) перестроились на новые бизнес-модели и, теряя доходы, вынуждены сокращать штаты. Среди недостатков – примитивный стиль и ригидность, отсутствие творческого начала. В случае с шаблонными новостными заметками это несущественно, но о чем-то большем, чем криминальная хроника или отчет говорить рано.

Больше перспектив у «робожурналистов» в вопросах организации контента. Web 2.0 – второе поколение Всемирной паутины – характеризуется «массовизацией» киберпространства. Социальные медиа (блоги, микроблоги, видео- и фотохостинги) наводнили сеть контентом: избыточным, неструктурированным, обрывочным. Интернет захлебнулся от данных, которые необходимо превратить в информацию и знание. Журналистика как общественный институт, функция которого – в организации социальной коммуникации, претерпевает изменения. В условиях информационной избыточности журналисты не столько сами производят контент, сколько структурируют его (впору говорить о «метажурналистике» как о наборе методов работы с социальной информацией). Алгоритмы, искусственный интеллект (ИИ), прекрасно выполняют задачу по систематизации, реферированию информации. «Немногие журналисты имеют время, чтобы искать, обрабатывать и анализировать миллионы твитов», – считает эксперт по интернет-технологиям Е. Морозов [4]. Машины из-

водят «тысячи тонн словесной руды» для того, чтобы человек-редактор смог заниматься их анализом и визуализацией. Журналистика данных (Data Journalism), одно из самых перспективных ответвлений профессии – опирается на «информационную индустриализацию», ставшей реальностью благодаря развитию ИИ.

«Компьютеризация» работы журналистов предполагает не только использование программ и алгоритмов – но и робототехники. Роботы в качестве репортеров – слишком дорогое решение (редкие разработки вроде Voxie лишь подтверждают правило), к тому же андроиды более востребованы в сфере услуг и шоу-бизнесе, чем в журналистике. Но беспилотные летательные аппараты для ведения репортажей с мест катастроф, природных бедствий – перспективное направление. В университетах штатов Небраска и Миссури будущие журналисты проходят курсы «журналистики беспилотников» (Drone Journalism). В США появилась организация – профессиональное объединение дрон-журналистов (PSDJ) цель которой – «создание этической, образовательной и технологической структуры развивающейся области журналистики», существует экспериментальная лаборатория (Drone Journalism Lab).

Сегодня наиболее эффективная стратегия – работа сообща, когда ИИ делает рутинную и ресурсоемкую работу, а человек – творчески интерпретирует отобранную информацию и генерирует новые смыслы. Известная легенда о големе – рукотворном чудовище раввина Лёва, – выполнявшем всю грязную и тяжелую работу для жителей пражского гетто – прекрасно иллюстрирует место техники в нашей жизни.

Однако технологии развиваются. «Сегодня робот корректирует гранки. Завтра он или другие роботы начнут писать самый текст, искать источники, проверять и перепроверять абзацы, быть может, даже делать заключения и выводы. Что же останется ученому? Только одно – бесплодные размышления на тему, что бы еще такое приказать роботу!», – возможно, эта реплика профессора социологии Нинхеймера, героя фантастического рассказа А. Азимова «Раб корректуры» (1957) [5] окажется пророческой?

Мы, очевидно, подходим к моменту, когда сама концепция техники нуждается в пересмотре. Техника – это всегда инструмент, будь то stilo римлянина для ведения записей на воощенной дощечке или стилус современного европейца для работы с сенсорным экраном смартфона. Сервисы вроде Narrative Science будоражат воображение – ведь они решают задачи в области творчества. Но они еще не занимаются творчеством. Как только техника сможет генерировать нечто действительно новое, оригинальное – тогда она лишится своего инструментального статуса и возникнет целый ворох этических проблем. Ведь если робот в рассказе Азимо-

ва решил «выправить» книгу, изменив ее смысл, что помешает сделать то же самое с передовицей какой-нибудь Narrative Science версии 10.0?

Литература

1. *Boog J.* 30 Clients Using Computer-Generated Stories Instead of Writers. http://www.mediabistro.com/galleycat/forbes-among-30-clients-using-computer-generated-stories-instead-of-writers_b47243/.
2. *Marshall S.* Robot reporters: A look at the computers writing the news. <http://www.journalism.co.uk/news/robot-reporters-how-computers-are-writing-la-times-articles/s2/a552359/>.
3. *Levy S.* Can an Algorithm Write a Better News Story Than a Human Reporter? <http://www.wired.com/gadgetlab/2012/04/can-an-algorithm-write-a-better-news-story-than-a-human-reporter/>.
4. Morozov E. A Robot Stole My Pulitzer! Интернет-адрес: http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2012/03/narrative_science_robot_journalists_customized_news_and_the_danger_to_civil_discourse_single.html.
5. Азимов А. Раб корректуры. Интернет-адрес: <http://www.lib.ru/FOUNDATION/27-17.txt>.

ДРОБЛЕНИЕ НОВОСТИ КАК СРЕДСТВО МАНИПУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «THE INDEPENDENT»)

А. О. Турченко

В мире XXI века уже совсем не оружие является самым опасным средством ведения войны. Сейчас главными механизмами, стоящими «на вооружении» практически каждого государства, являются методы ведения войны информационной, главным «оружием» которой становится слово. Его не раз доказанная сила и делает возможным манипулирование массовым сознанием.

В области журналистики происхождение термина «манипуляция» связано с французским словом «*manipulation*» (управление), что подразумевает под собой «систему способов психологического влияния на читателя при помощи средств массовой информации с целью подчинения их доминирующей идеологии» [2; с. 64].

В научной литературе описано большое количество приёмов воздействия на читателя. Изучив их, легко заметить, что все они могут быть условно разделены на две группы.

Первую группу способов манипулирования – *прием утверждения, изменение смысла слов и понятий, прием повторения, стереотипизация, прием навязывания обязанностей и др.* – называют лингвистическими, поскольку в основе своей они подразумевают работу журналиста со словом. Такие