

2. Раджабов А. Р. Основные тенденции развития современного информационного пространства // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2018. № 1. С. 36–41.
3. Сапунов В. И. Зарубежные информационные агентства. Спб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006.
4. Яненко Я. В. Особенности новых медиа: человекоцентричность, сторителлинг, социализационное влияние // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2018. № 1. С. 12–18.

РОБОТИЗИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАБОТЕ ЖУРНАЛИСТА

И. К Сазон

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
nortik221@gmail.com;
науч. рук. – А. А. Градюшко, канд. филол. наук, доцент*

Статья посвящена современным практикам автоматизации контента СМИ. В ходе исследования установлено, что новый этап развития медиа связан с использованием нейронных сетей в творческой деятельности. Приведены примеры применяемых в журналистике инноваций в области искусственного интеллекта и роботизации. Исследование показало, что в условиях глобальной цифровизации человечество пока не готово к полной роботизации журналистики.

Ключевые слова: цифровые технологии; медиапотребление; нейросеть; искусственный интеллект, роботизированная журналистика.

Термин «роботизация» в научной литературе трактуется как автоматизация производства на основе внедрения роботов. Роботизация СМИ – актуальный и спорный вопрос. Это понятие означает внедрение в медиасферу прогрессивных технологий, которые в том или ином контексте могут автоматизировать производство контента, увеличить его объем, вывести издания на новый уровень или вытеснить человека с журналистского поприща.

Под роботизированной журналистикой понимается «алгоритмическая обработка программами-роботами семантических связей между единицами текста, включая автоматизированную генерацию журналистских текстов», утверждает М. М. Лукина [3]. О таком понятии, как нейросеть, заговорили более семидесяти лет назад, но его применение в нашей жизни на тот момент не представлялось возможным. Сегодня же тяжело вообразить мир без автоматической рассылки сообщений, голосовых помощников, рекомендаций по вкусам аудитории на различных платформах и сервисах, масок в Snapchat, MSQRD и Instagram.

Роботизация не обошла стороной СМИ. В 2008 году журнал «Коммерсантъ Деньги» в материале «Роботы массовой информации» рассуждал о замене человека ИИ. Авторы даже предложили термин, который будет использоваться вместо СМИ – СИИ (Средства индивидуальной информации). Это предполагает то, что робот будет собирать информацию, предназначенную для конкретного человека и основанную на его вкусах, предпочтениях. Такое уже давно вошло в нашу жизнь: нам рекомендуют определенные новости на различных платформах: подборка агрегатора новостей на «Яндексе», к примеру.

В России известны эксперименты с роботами в редакции спортивного издания Sports.ru. Интересный пример – материал женского онлайн-журнала Elle.ru «Чем отличается реальность секса женщин в 20 и мужчины в 30?». По заказу редакции казанская компания Meanotek обучила свою нейросеть (разработку в области искусственного интеллекта) на всех текстах журналиста Арины Холиной, когда-либо опубликованных в журнале. Дебют колумниста-робота по имени Дженни оказался вполне успешным. Этот материал интересен не только выбором темы, но и стилем написания: робот в свободной, интересной, оригинальной форме излагает мысли и даже шутит: «Часто бывает так, что секс с мужем у крестьянки наладится как раз после 30 лет. После 30 одним мускулистым торсом или гладкой грудью уже не завоеешь внимание либо любовь пола противоположного. Вывод: секс после 30 и 20 лет необходим мужчинам и женщинам в разном возрасте» [2].

Материал был целиком написан роботом, изобилует синтаксическими ошибками, однако тема в целом раскрыта. Этот пример привел в докладе «Издательский бизнес в условиях цифровизации» на научной конференции «Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия» в Москве президент издательства Hearst Shkulev Publishing Виктор Шкулев. Особое внимание он уделил технологиям искусственного интеллекта. «Роботы идут на смену журналистам в агрегации разных массивов данных», – отметил медиаменеджер.

«Профессия журналиста в конце 2010-х гг., как никогда раньше, стала зависимой от цифровых технологий» [1, с. 12]. Однако в Республике Беларусь практика использования роботизированных нейросетей в работе журналиста пока не получила распространения. Мы провели ряд экспертных интервью с представителями медиаиндустрии. Им был задан вопрос «Используются ли у вас на сайте технологии роботизированной журналистики?». В частности, руководитель спортивного портала by.Tribuna.com Максим Березинский отметил: «Нам бы пока с человеческой журналистикой разобратся. Пока не используем. И не планируем. Если не считать несколько экспериментов с чат-ботами. Но они не слишком удачные, чтобы о них рас-

сказывать». Другие представители белорусских медиа указали на алгоритмический принцип формирования новостной ленты в соцсетях.

В направлении роботизированной журналистики далеко шагнул Китай, используя искусственный интеллект для создания коротких новостных видеороликов. Речь идет о сервисе Magic, услугами которого уже пользуются крупнейшие китайские издания. Известно, что на создание такого видео нейросеть тратит около 6 секунд, то есть за сутки она способна представить около 15 000 единиц своей продукции.

Кроме того, жители Китая уже наблюдают на экранах телевизоров не популярного телеведущего Цю Хао, а его цифровую копию. Оцифрованный ведущий может работать без усталы, всегда полон позитива и совсем не отличим от настоящего.

Существуют и новшества, вошедшие в СМИ гораздо более плотно, – роботы, которые занимаются сбором информации и созданием текста, исходя из полученных сведений. Если в странах СНГ данный тренд еще не распространен повсеместно, то за рубежом роботы работают в ряде крупных медиа (Associated Press, The Guardian, Forbes и др.). Известнейшим примером является Los Angeles Times. В марте 2014 года робот этой газеты написал заметку о землетрясении в Калифорнии. В ней сообщалось, когда произошло землетрясение, какая у него была магнитуда и каков был радиус распространения. В конце текста стояла подпись: «Этот пост был создан алгоритмом, написанным автором». У алгоритма есть прозвище – Quakebot (бот землетрясений). Когда он получает оповещение о землетрясении от Геологической службы США, он выбирает нужные данные и вставляет их в заранее написанный шаблон. А затем отправляет редактору уведомление, чтобы он проверил текст.

Программы готовят контент быстрее человека, они используют куда более полную информацию, их материал лучше структурирован. В среднем, робот справляется в 3 раза быстрее, чем опытный журналист. В частности, технологии роботизированной журналистики используются при написании заголовков.

В условиях глобальной цифровизации люди начали пророчить гибель журналистики, замену людей роботами: «Однажды придет день, когда машина выиграет Пулитцеровскую премию», – считает Крис Хаммонд (Narrative Science). Но сегодня с этим еще нельзя согласиться. Журналистский текст более образный, в нем используются литературные обороты, а материал усваивается значительно лучше. Кроме того, автор всегда может выразить свою позицию, в отличие от машины. Создатели ресурса Magic считают, что их детище не призвано заменить журналиста, совсем наоборот – дать ему больше свободного времени для подготовки аналитических текстов и ре-

портажей, где необходимо человеческое усердие. Многие убеждены: все, что делается для людей, должно делаться людьми.

Таким образом, человечество не готово к полной роботизации журналистики, а роботы не готовы заменить людей, поэтому, на наш взгляд, в обозримом будущем этого не произойдет. Все-таки журналистика – это особый вид творческой деятельности, которую не может выполнить алгоритм. Во всяком случае, сегодня.

Библиографические ссылки

1. Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М., Цынарева Н. А. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию // Медиаскоп. 2017. Вып. 2. [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/2295/>. Дата доступа : 13.05.2019.
2. Секс-машина: с кем лучше в постели – с роботом или человеком? [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.elle.ru/otnosheniya/lubov-i-seks/seks-mashina-s-kem-luchshe-v-posteli-s-robotom-ili-chelovekom/>. Дата доступа : 13.05.2019.

BIASED INFORMATION AS A GLOBAL PROBLEM OF MODERN JOURNALISM

J. O. Sidorchuk

Belarusian State University, Minsk;

forumbel@bsu.by;

scientific supervisors – I. V. Tolstonogova, Senior Lecturer

This article discusses one of the main problems of journalism. It's biased information. The aim of the research is to show the attitude of students to the object of study, to give its definition and describe its features. The publications of the largest media in the USA and Belarus were investigated to prove that biased information is a problem topical all over the world.

Key words: non-objective information; value judgments; one-sided information; the global problem of journalism; the bias of political media.

When I began to study the issue of biased information in media I decided to find out whether the others consider this topic as relevant. I conducted a study among 100 BSU students. I asked them: «Do you think that biased information is the main problem of journalism in the world?» 73.1 percent said «yes», and only 26.3 percent disagreed with me. I understood the problem is topical in modern society.