

СТРАТЕГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ КОММУНИКАТИВНОГО ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

М. Г. Шилина¹⁾, В. П. Бабарыкин²⁾, Д. В. Федюнин³⁾

¹⁾Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Стремянный переулок, 36, 117997, г. Москва, Россия,
marina.shilina@gmail.com,

²⁾Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Стремянный переулок, 36, 117997, г. Москва, Россия,
Babarykin.VP@rea.ru,

³⁾Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Стремянный переулок, 36, 117997, г. Москва, Россия,
Fedunin.DV@rea.ru

Алгоритмическая или роботизированная журналистика в последние годы весьма активно развивается. Развитие как практик алгоритмической журналистики, так и новых теоретических концепций искусственного интеллекта обуславливает необходимость обновления теоретико-методологических подходов к ее изучению. Междисциплинарный подход, предложенный авторами в данной работе, позволяет впервые зафиксировать ряд существенных особенностей автоматизированной журналистики как специфической формы коммуникации человека и машины в контексте концепции коммуникативного искусственного интеллекта. Результаты изучения алгоритмической журналистики даже в контексте наиболее прогрессивной концепции коммуникативного искусственного интеллекта не позволяют снять противоречия, которые заложены в данном формате коммуникации журналиста и машины. Тем не менее, концепция позволяет выйти за рамки традиционного инструментального понимания ИИ как технологии создания медийного контента и дает возможность более точно описать практики современной цифровой журналистики, основанной на искусственном интеллекте.

Ключевые слова: алгоритмическая журналистика; коммуникативный искусственный интеллект; концепция; дуализм; противоречие.

THE STRATEGIES OF THE STUDY OF JOURNALISM IN THE CONTEXT OF THE CONCEPT OF COMMUNICATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE

M. G. Shilina^a, V. P. Babarykin^b, D. V. Fedyunin^c

*^aPlekhanov Russian University of Economics,
36, Stremyanny Lane, 117997, Moscow, Russia*

Corresponding authors: M. G. Shilina (marina.shilina@gmail.com),

*^bPlekhanov Russian University of Economics,
36, Stremyanny Lane, 117997, Moscow, Russia*

Corresponding authors: V. P. Babarykin (Babarykin.VP@rea.ru),

*^cPlekhanov Russian University of Economics,
36, Stremyanny Lane, 117997, Moscow, Russia*

Corresponding authors: D. V. Fedyunin (Fedunin.DV@rea.ru)

In recent years, algorithmic or robotic journalism has been developing actively. The development of both algorithmic journalism practices and new theoretical concepts of artificial intelligence necessitates updating theoretical and methodological approaches to its study. The interdisciplinary approach proposed by the authors makes it possible for the first time to capture a number of significant features of automated journalism as a specific form of communication between man and machine in the context of the concept of communicative artificial intelligence. The results of studying of algorithmic journalism, even in the context of the most progressive concept of communicative artificial intelligence, do not allow us to remove the contradictions that are inherent in this format of communication between a journalist and a machine. However, the concept allows us to go beyond the traditional instrumental understanding of AI as a technology for creating media content and makes it possible to more accurately describe the practices of modern digital journalism based on artificial intelligence.

Key words: algorithmic journalism; communicative artificial intelligence; concept; dualism; contradiction.

Журналистика, основанная на технологиях искусственного интеллекта (ИИ), которую принято обозначать как автоматизированная, алгоритмическая или роботизированная журналистика, в последние годы развивается

весьма активно [1]. Применение алгоритмов в журналистике позволяет собирать и анализировать данные различного формата и объема, вплоть до так называемых больших данных [2], создавать и распространять контент и т. д.

Характеристики алгоритмической журналистики напрямую связаны с развитием технологий искусственного интеллекта, которым сегодня уделяют особое внимание исследователи. Развитие как практик алгоритмической журналистики, так и новых теоретических концепций искусственного интеллекта обуславливает необходимость обновления теоретико-методологических подходов к ее изучению. Отметим, что термин «алгоритмическая журналистика» (и его аналоги) не вполне отражает сущность новейших форматов взаимодействия человека (не только журналиста, но любого специалиста медиа и аудитории) и машины.

Ученые все чаще поддерживают идею о коммуникативной природе данной технологии [3; 4]. В частности, предполагается, что машины могут способствовать развитию социальной коммуникации и «социального интеллекта» потому, что человек научился оптимально с ними коммуницировать, а не потому, что машины в состоянии копировать деятельность человеческого интеллекта [1; 4].

Концепция коммуникативного искусственного интеллекта рассматривается исследователями в первую очередь в контексте теории коммуникации [1; 4].

Базовые особенности автоматизированной журналистики определяют различные формы автоматизации, специфика цифровой инфраструктуры и непосредственно взаимодействие человека и машины [1; 5], то есть новейшая концепция коммуникативного искусственного интеллекта вполне применима к такому формату журналистики.

Данное направление исследований ввиду новизны проблематики пока не нашло должного отражения в научной литературе по журналистике и медиакоммуникации в России и за рубежом [3; 4; 5].

Междисциплинарный подход, предложенный авторами в данной работе, позволяет зафиксировать ряд существенных особенностей автоматизированной журналистики как специфической формы коммуникации человека и машины.

Проведение прямых аналогий между «аналоговыми» и цифровыми характеристиками коммуникации в журналистике оказывается проблематичным ввиду существенных различий их концептуальных оснований. Замена весьма расплывчатого термина «искусственный интеллект» на «коммуникативный искусственный интеллект» представляет возможности

новых направлений исследований, которые более точно отражают сущность технологий и коммуникации в журналистике.

Журналистика, опосредованная искусственным интеллектом, которую возможно рассматривать как цифровой дуальный феномен коммуникации человека и машины в контексте медиакommunikаций, выходит за рамки создания контента. Авторами представлены теоретико-методологические основания журналистики в контексте коммуникативной парадигмы искусственного интеллекта.

Для исследования сущностных характеристик журналистики, опосредованной коммуникативным искусственным интеллектом, релевантным представляется применение многоуровневого подхода, начиная с изучения параметров технологических, которые определяют уровень социальной профессиональной коммуникации в журналистике. Данный подход представляется базовым, поскольку журналистика априори опосредована технологиями, которые определяют специфику ее отдельных специализаций: журналистика печати, радио, телевидения, интернет-журналистика.

В исследовании алгоритмической журналистики именно концепция коммуникативного искусственного интеллекта открывает возможность корректного изучения коммуникативного процесса, модели коммуникации, алгоритма как (квази)актора коммуникации.

Коммуникативная концепция искусственного интеллекта позволяет более точно зафиксировать дуальность применения технологий, которые противоречат уже на базовом технологическом уровне сущности профессиональной коммуникации журналиста, в частности, потому что неявный характер получения результатов анализа данных алгоритмами ограничивает точную и прозрачную интерпретацию данных, механизма производства контента, его содержание и понимание [6].

Существенные этические проблемы в данной сфере определяет непосредственно медиаконтент, созданный журналистом и сгенерированный алгоритмом, поскольку аудитория в большинстве случаев не различает тексты человека и машины [7].

Базовые противоречия по-прежнему не снимает даже концепция коммуникативного искусственного интеллекта. Так, журналистика есть процесс, основанный на реализации в медиаконтенте и медиакommunikации личного видения и опыта, что неразрывно связано с личностью и памятью человека. Однако алгоритмы не обладают ни «личной», ни «социальной» памятью, то есть не дают оснований для профессиональной идентификации.

Таким образом, изучение алгоритмической журналистики даже в контексте наиболее прогрессивной концепции коммуникативного искусствен-

ного интеллекта не позволяет снять противоречия, которые заложены в данном формате коммуникации журналиста и машины, технологий. Тем не менее, концепция позволяет выйти за рамки традиционного инструментального понимания ИИ как технологии создания медийного контента и дает возможность более точно описать практики современной цифровой журналистики, основанной на искусственном интеллекте.

Библиографические ссылки

1. *Hepp A., Loosen W., Dreyer S., Jarke J., Kannengießer S., Katzenbach C., Malaka R., Pfadenhauer M., Cornelius Puschmann C., Schulz W.* (2023). ChatGPT, LaMDA, and the Hype Around Communicative AI: The Automation of Communication as a Field of Research in Media and Communication Studies. *Human-Machine Communication*. Volume 6. 2023. P. 41–63 <https://doi.org/10.30658/hmc.6.4>.
2. *Shilina A., Shilina M.* (2019) Towards Data Journalism in Russia? In: Mutsavairo B., Belawi S., Borges-Rey, E. (Eds.) *Data Journalism in the Global South* / Palgrave MacMillan. P. 163–190.
3. *Guzman A. L., McEwen R., Jones S.* (Eds.). (2023). *The SAGE Handbook of Human Machine Communication*. Sage.
4. *Esposito E.* (2022). Artificial communication: How algorithms produce social intelligence. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/14189.001.0001>.
5. *Graefe A., Bohlken N.* (2020). Automated journalism: A meta-analysis of readers' perceptions of human-written in comparison to automated news. *Media and Communication*, 8(3), 50–59. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3019>.
6. *Richards R., Spence P., Edwards C.* (2022). Human-machine communication scholarship trends: An examination of research from 2011 to 2021 in communication journals. *Human-Machine Communication*, 4, 45–65. <https://doi.org/10.30658/hmc.4.3>.
7. *Volcic Z., Andrejevic M.* (2023). Automated media and commercial populism. *Cultural Studies*, 37(1), 149–167. <https://doi.org/10.1080/09502386.2022.2042581>.