



студент  
Белорусский государственный университет, Беларусь  
Научный руководитель: А. А. Градюшко, кандидат филологических наук,  
доцент

## Проблемы использования ChatGPT в журналистской деятельности

Искусственный интеллект стал неотъемлемой частью нашей жизни. С 2016 г. проводятся эксперименты по внедрению искусственного интеллекта в сферу журналистики. 23 марта 2023 г. OpenAI выпустила новую «пишущую» модель ChatGPT на базе нейросети GPT-4, что вызвало широкий резонанс в сообществе журналистов.

Теоретические подходы к исследованию текстов, созданных искусственным интеллектом, рассмотрены в ряде научных работ [1]. Целью исследования стало выявление основных проблем, связанных с использованием ChatGPT в журналистской деятельности.

В ходе нашего исследования мы применили метод анкетирования в виде социологического опроса аудитории. Респондентами стали белорусские пользователи интернета — мужчины и женщины в возрасте от 19 до 26 лет (всего 45 респондентов).

Анкета включала в себя три раздела: сравнение материалов, созданных с помощью ChatGPT, и материалов, написанных журналистами, оценка материалов, а также общая информация о респонденте. Для первого блока мы выбрали шесть примеров текстов, часть из которых была написана человеком, а другая часть — с помощью ChatGPT.

Мы предложили респондентам определить, какой из представленных фрагментов написан журналистом. По результатам нашего исследования, 66,7% опрошенных выбрали правильный текст. Среди признаков текста, созданного с помощью нейросети, респонденты выделили следующие:

- обрывочный текст,
- наличие повторов,
- речевые клише,
- стандартная схема построения,
- короткие фразы и однотипные предложения,
- отсутствие личного мнения.



Таким образом, исследование показало, что тексты, написанные с помощью искусственного интеллекта, хоть и содержат нужную информацию и схожи по теме и идее, но написаны менее качественно, чем журналистские тексты.

Также мы попросили респондентов оценить предложенные материалы по следующим признакам:

- связность,
- полезность,
- приятность чтения,
- информативность,
- авторитетность.

Самый важный, с точки зрения участников исследования, эмоциональный параметр — «приятность чтения», в котором однозначно имеют преимущество тексты, написанные журналистами. Тем не менее, в параметрах авторитетности и информативности тексты, созданные искусственным интеллектом, не уступают журналистским материалам. Мы установили, что искусственный интеллект фокусируется на содержании, которое журналист вкладывает в контент, а не на сложном процессе его адаптации под разные форматы.

Можно сделать вывод о том, что исключить человека из процесса подготовки контента невозможно. Искусственный интеллект может готовить «сухую» информацию, ему не под силу творческие тексты — интервью, репортаж или очерк, у него отсутствует чувство юмора. Исследование доказало, что тексты, созданные с помощью ChatGPT, воспринимаются людьми хуже, чем журналистские.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Иванов А. Д. Роботизированная журналистика и первые алгоритмы на службе редакций международных СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2015. — № 2 (16). — С. 32–40.