

МЕДИАТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: ВЫЗОВЫ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

УДК 304

Парадигма преобразования медиаобразования в условиях роботизации журналистики

М. А. Вальковский

Белорусский государственный университет, Минск, Республика Беларусь

В работе рассматривается, как масштабирование применения искусственного интеллекта (ИИ) в медиасфере ведет к изменениям журналистики, подходов к подготовке специалистов и медийной политики государств. Обсуждены вопросы, связанные с анализом явлений и процессов использования искусственного интеллекта в медиасфере, направлений и динамики процессов усложнения медиасистемы. Акцент сделан на тех мерах, которые предпринимаются для бесконфликтной инсталляции возможностей ИИ в существующие медиаструктуры. Автор приходит к выводу, что алгоритм обучения компетенциям журналистов требует пересмотра: для подготовки кадров, способных корректно задействовать потенциал ИИ в работе, получения навыков эффективного взаимодействия и творческой коллаборации человек-машина, необходима разработка программ подготовки и переподготовки журналистов.

Ключевые слова: Медиасфера, журналистика, искусственный интеллект, нейросети, медиаобразование

Введение. В последние десятилетия наблюдается взрывной рост объемов и источников информации, количества каналов ее дистрибуции. Мессенджеры и социальные сети создали возможность заменить массированную информационную обработку мощным точечным воздействием на целевую аудиторию, ее ценности и картину мира. Весь существующий арсенал технических средств и новых технологий, наработанный багаж креативных идей направлены на то, чтобы влиять на аудиторию: к этому, собственно, свелась функция журналистики и ее роль в социуме.

Использование технологий ИИ в медиа ведет к формированию социальных проблем нового уровня сложности. Нейросети и чат-боты предоставляют принципиально иные возможности для оперативного создания контента в различных форматах, включая текст, аудио, видео, изображения и интерактивные приложения, а также продвижения через механизм анализа потребно-

стей аудитории и формирования их. Речь идет не просто о повышении эффективности работы журналистов, а о выходе на новый технологический уровень, что повлечет каскад перемен в журналистике, как сфере человеческой деятельности, и медиасистеме в целом.

Постановка проблемы. Сегодня медиасистема усложняется, она «состоит не только из СМИ и социума потребляющего информации, в этот мир активно начинает входить новый элемент — искусственный интеллект» [Бортник 2022: 85].

По данным Pressfeed в настоящее время 66% журналистов используют ИИ в работе для тех или иных технических и творческих задач [Журналист 2023]. Все аспекты, «связанные с внедрением в журналистику технологий искусственного интеллекта и роботизацией профессиональных рутинных процедур вызывают большой интерес исследователей» [Замков, Крашенинникова, Лукина, Цынарёва, 2017].

Можно констатировать, что медиасфера переживает период серьезных перемен, сравнимых с теми, что происходили с возникновением соцсетей и цифровой журналистики, но, в отличие от событий десятилетней давности, пока отсутствует понимание того, куда и какими темпами движется отрасль. Очевидно, что масштаб использования ИИ в медиа будет динамично увеличиваться, одновременно будет происходить усложнение медиасистемы. В какой-то момент она приблизится к пределу управляемости таким сложным составным субъектом, с совершенно иной спецификой.

В первую очередь применение ИИ в медиа предполагает неисчерпаемый резерв контента, а также новые возможности тотальной манипуляции информационным пространством и влияния на сознание. Но журналисты, использующие возможности нейросетей, неизбежно будут сталкиваться с этическими и моральными дилеммами, неразрешимыми противоречиями верификации информации, которую создал искусственный интеллект (ведь фактчекинг будет проводить также ИИ).

Сегодня политики и журналисты спешно пытаются разработать меры, чтобы сохранить доверие в мире, где информация, созданная ИИ (или с использованием его), будет чаще и все в больших объемах появляться в медиапространстве. Пока этот дисбаланс не приобрел характер системной проблемы для медиа, но предлагаемая маркировка контента, созданного ИИ, вряд ли ее предотвратит.

Важным и требующим осмысления является вопрос о пределах и возможностях эффективного взаимодействия человека и машины. Человек безнадежно отстаёт от ИИ в мониторинге новостей, поиске информации, ее обработке, генерации контента и ещё ряде направлений. В связи с этим основной проблемой при массовом применении ИИ в журналистике может стать ее тотальная дегуманизация — для людей

останется мало занятий и возможностей проявить себя в профессии. Что в итоге создаст условия, при которых журналистика вообще никогда не сможет вернуться к прежней парадигме существования.

Каждый шаг в этом направлении потребует трансформации существующих инфраструктуры и социальных практик. Социум будет реагировать на усиление потенциала ИИ в медиа комплексом мер, в том числе превентивного характера, вытекающих из потенциальных угроз и вызовов.

В зависимости от ответа мы увидим либо масштабные технические решения и изменение всей структуры медиа, либо ее частичную модернизацию. Оба пути несут свои риски.

Следует понимать, что вопрос контроля использования ИИ в медиа скорее не технический, а больше политический и морально-этический. Он требует разных сложных мер по многим направлениям, создания законодательных рамок, не предусматривающих исключений ни для одного из участников процесса (табу и запреты формируются исходя из понимания чувства безопасности внутри общества, масштабов и актуальности угроз). При этом гарантии, что ограничения будут соблюдаться, риски их обхода станут контролируемыми и управляемыми, нет. Компании-разработчики не могут представить надёжные протоколы безопасности, которые исключат любые опасения и гарантируют надёжность технологий.

Определить, сколько времени займет рефлексия, принятие решений и их воплощение в жизнь, вряд ли возможно: можно лишь строить предположения и выдвигать гипотезы.

Ключевой проблемой большинства оценок является предположение о том, что все медиа будут затронуты ИИ в равной степени. Это не так. На практике темп, с которым медиаструктуры внедряют новые технологии и адаптируются к ним, сильно различается. Собственно, любой процесс развития всегда дискре-

тен, не линейен, имеет скачкообразный характер, в значительной степени зависит от мотивации субъектов, но в большей степени от неоднородности доступа их к ресурсам.

Среди рисков внедрения технологии, свидетельствуют результаты исследования практик и перспектив использования ИИ в российской сфере медиа и коммуникаций, проведенного Ассоциацией электронных коммуникаций, НИУ ВШЭ и факультетом журналистики МГУ, одним из главных указан разрыв между крупным медиабизнесом и небольшими компаниями, которым недоступны инвестиции в инновационный бизнес и мощную аппаратную поддержку. Нехватка средств и опыта, недостаточная квалификация сотрудников также названы как барьеры и препятствия внедрения ИИ в медиакоммуникационные практики. [Практики российского медиа бизнеса 2023].

Таким образом, финансовый параметр определит сегрегацию медиаструктур, степень использования ими ИИ. Скорее всего какие-то, причем значительные, части медиасферы будут динамично развиваться, остальные – деградировать на их фоне гораздо глубже, чем в среднем по отрасли.

Выводы. Ретроспективный обзор свидетельствует: прогнозы воздействия технологий на те или иные сферы заведомо ненадежны и редко совпадают с реальным ходом развития событий.

В случае с искусственным интеллектом ситуация примерно такая же: до каких пределов в итоге и в какие сроки пройдут изменения, неясно.

Очевидно, что динамика и масштабы внедрения ИИ в медиасфере будут возрастать, движущими силами их выступают экономические и социальные факторы.

Всякая аналогия некорректна, нельзя сравнивать явления разного порядка. Но от изобретения персонального компьютера, сотовой связи (мобильного телефона/смартфона), интернета (его мобильных версий, вай-фая и

Старлинка) до их массового использования прошли всего одна-две пятилетки. Процессы сопровождались развитием и усложнением систем, их синергией и появлением новых эффектов (цифровизация, BigData, цифровые сервисы – экосистемы е-банкинга и е-торговли, облачные технологии, компьютерные игры, кибер угрозы и кибер безопасность и т.д.).

Можно предположить: чтобы кратно масштабировать применение ИИ в медиасреде, потребуется гораздо меньше времени.

Во-первых, в силу юзабилити ИИ для обычного пользователя: и нейросети, и LLM, и ChatGPT достаточно просты в использовании. Во-вторых, ИИ востребован в медиасфере (как и других областях), так как предлагает множество инструментов для автоматизации рутинных задач, что позволяет сэкономить время и ресурсы. Автоматизация даёт возможность журналистам увеличить эффективность работы, сосредоточиться на более важных творческих заданиях.

Заметную роль в сокращении периода внедрения играет мотивация людей, то есть, фактор психологический, иррациональный, который сложно, но можно отразить. Так, поколение зумеров, которое составляет значительную страту нынешних и потенциальных пользователей ИИ, не раз демонстрировало высокую адаптивность к новациям, способность мгновенно абсорбировать и освоить любую технологическую новинку.

Очевидно, что лавинообразный рост применения ИИ в медиа – это вопрос не отдаленного будущего, а завтрашнего и даже сегодняшнего дня. Характер и масштаб взаимодействия с ним зависят от того, насколько оперативно журналисты будут адаптироваться к новым реалиям, учиться работать в быстро меняющихся условиях. Подготовка специалистов с необходимыми компетенциями неизбежно потребует пересмотра и актуализации не только

учебных программ, но и изменения образовательных моделей, внедрения инновационных технологий (фактически, того же ИИ, но в образовательной сфере) в учебный процесс.

Ввиду тех вызовов и угроз, с которыми столкнулась медиасфера, вопросы подготовки кадров, способных

корректно задействовать потенциал ИИ в работе, переосмысления спектра компетенций, которые будут необходимы журналисту, а также программ подготовки и переподготовки, направленных на получение навыков эффективного взаимодействия с ИИ, должны получить статус приоритетных.

Литература

Большее половины журналистов и экспертов СМИ используют нейросети для подготовки материалов // Журналист [Электронный ресурс] URL: <https://jrnlist.ru/2023/07/19/143465/> Дата доступа 6.07.2023.

Бортник А.Д. Как искусственный интеллект изменит мир медиа рынка /А.Д. Бортник // Вестник магистратуры. – 2022. – № 12–2 (135) – С.84–87.

Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарёва 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 6.07.2023.

Искусственный интеллект в медиа и коммуникациях. Практики российского медиабизнеса [Электронный ресурс] URL: <https://raec.ru/live/branch/14034/> Дата доступа 8.08.2023.

Контактная информация



Вальковский Михаил Александрович,
Белорусский государственный университет,
Республика Беларусь,
220004, г.Минск, пр.Независимости,4,
кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры международной журналистики
Тел. +375 29 632 63 18;
valk.1958@yandex.ru

The paradigm of transformation of media education in the conditions of robotization of journalism

M. A. Valkovsky

Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus

The paper examines how scaling up the use of artificial intelligence (AI) in the media sphere leads to changes in journalism, approaches to training specialists and media policy of states. The issues related to the analysis of phenomena and processes of artificial intelligence use in the media sphere, directions and dynamics of the processes of complication of the media system are discussed. The emphasis is placed on the measures that are being taken for the conflict-free installation of AI capabilities into existing media structures. The author comes to the conclusion that the algorithm of teaching the competencies of journalists requires revision: in order to train personnel who are able to correctly use the potential of AI in their work, to acquire skills of effective interaction and creative collaboration of man-machine, it is necessary to develop training and retraining programs journalists.

Keywords: Media sphere, journalism, artificial intelligence, neural networks, media education

References

Bolshe polovini jurnalistov i ekspertow CMI ispolsujyt neirosedi dlaj podgotowki materialow [Elektronni resurs] Jurnalist [Elektronni resurs] <https://jrnlist.ru/2023/07/19/143465/> Data dostupa 6.07.2023

Bortnik, A.D. Kakiskusstwennij intellekt izmenit mir media rinka/A.D. Bortnik//Westnik magistraturi. 2022. № 12–2 (135) pp.84–87.

Zamkow, A.W., Krashennikowa, M.A., Lukina, M.M., Zinarewa, N.A. Robotizirovannaja jurnalistika: ot nauthznogo diskursa k jurnalistскому obrazovaniju // Mediascope.2017. Wip.2. [Elektronni resurs] Rezim dostupa: <http://www.mediascope.ru/2295> Data dostupa 6.07.2023.

Iskusstwennij intellekt w media i kommunikazijah. Praktiki rossijskogo mediabiznesa // [Elektronni resurs] Rezim dostupa:<https://raec.ru/live/branch/14034/Data> dostupa 8.08.2023.

Authors Information

Valkovsky Mikhail Alexandrovich,

Belarusian State University,

220004, Independence Avenue,4, Minsk, Republic of Belarus,

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of International Journalism

Tel. +375 29 632 63 18;

valk.1958@yandex.ru