

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК СРЕДСТВО АВТОМАТИЗАЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Т. В. Сырокваш¹⁾, Т. В. Солодовникова²⁾

*¹⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
tim.syrokvash@vk.com,*

*²⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
saladounikava@bsu.by*

В статье рассматривается концепция частичного замещения человеческого ресурса средств массовой информации за счет функциональных возможностей искусственного интеллекта (Artificial Intelligence). Активно набирающий популярность с конца второго десятилетия двадцать первого века, искусственный интеллект в значительной мере исказил восприятие творческого и рабочего процессов. Фокус исследования сосредоточен на влиянии, оказываемом ИИ на работу как цифровых, так и печатных изданий в вопросе автоматизации процессов, традиционно осуществляемых человеком. В основе исследования находятся экспериментальные проекты по внедрению искусственного интеллекта в работу как цифровых, так и печатных изданий. В статье рассматриваются позитивное и негативное воздействия искусственного интеллекта на функционирование СМИ.

Ключевые слова: искусственный интеллект; языковая модель; средства массовой информации; автоматизация; машинное обучение.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A MEANS OF MEDIA AUTOMATION

T. V. Syrokvash^a, T. V. Solodovnikova^b

*^aBelarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: T. V. Syrokvash (tim.syrokvash@vk.com),*

*^bBelarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: T. V. Solodovnikova (saladounikava@bsu.by)*

The article discusses the concept of partial replacement of the human resource of the media due to the functionality of artificial intelligence. Actively gaining popularity since the end of the second decade of the twenty-first century, artificial intelligence has significantly distorted the perception of creative and work processes. The focus of the research is on the impact that AI has on both digital and print media in automating processes traditionally performed by humans. The research is based on experimental projects to introduce artificial intelligence into the work of both digital and print publications. The article examines the positive and negative impacts of artificial intelligence on media functioning.

Key words: artificial intelligence; language model; media; automation; machine learning.

Современная аудитория все больше доверяет цифровым источникам информации. Происходит это в силу простоты и привычности для них пользоваться мобильными устройствами связи, нежели газетами и громоздкими телевизорами и радиоприемниками. Практически с пеленок, современный человек получает доступ к сети, со временем лишь наращивая контроль над поступающими данными, но не над средствами их получения.

Приобретая знания из самых неожиданных мест, будь то форумы, видео- и текстовые блоги или же вовсе аудиокниги и подкасты, человек пришел к крайне толерантному отношению к подаче информации. Для него, к примеру, становится вторичным присутствие корреспондента в кадре или даже озвучки. Столь уникальные условия позволили СМИ прибегнуть к новой на данный момент технологии – искусственному интеллекту.

На современном этапе открыто высказываются сомнения в соответствии искусственного интеллекта своему названию. Основанием для таких суждений становится отсутствие у ИИ сознания и самосознания, эмоций и прочих неотъемлемых составляющих человеческой личности. В то же время, нет особых оснований полагать, что понятие искусственного интеллекта должно полностью отражать черты, присущие людям. Так, веб-портал одной из ведущих технологических компаний «Oracle» указывает, что ИИ стал «универсальным термином для приложений,

которые выполняют сложные задачи, которые когда-то требовали участия человека, например, общение с клиентами в Интернете или игра в шахматы. Этот термин часто используется взаимозаменяемо с его подобластями, которые включают машинное обучение (ML) и глубокое обучение» [1].

В отличие от человека, искусственный интеллект не имеет возможности всестороннего развития. Для подобного ему потребуются огромные запасы времени и свободных мощностей, чего не может себе позволить ни один разработчик или исследователь. ИИ все больше отдалится от научной сферы, переходя в сферу экономическую, где его развитие напрямую сопряжено с получаемой выгодой. Наибольшую популярность в конце второго – начале третьего десятилетия XXI века получили так называемые нейросети. Нейронная сеть – «это метод в искусственном интеллекте, который учит компьютеры обрабатывать данные таким же способом, как и человеческий мозг. Это тип процесса машинного обучения, называемый глубоким обучением, который использует взаимосвязанные узлы или нейроны в слоистой структуре, напоминающей человеческий мозг» [2].

Рассмотрим типологию искусственного интеллекта в аспекте влияния на автоматизацию процессов в СМИ.

К первому типу ИИ относятся так называемые «чат-боты». Сфера их деятельности – накопление языковой базы с построением «большой языковой модели» на основе доступного базиса и предполагаемого контекста. Все, на что способен подобный «бот» – это сравнивать слова и предложения, выдавая по запросу связный текст на заданную оператором тему. Проводя миллиарды сравнений, он постепенно обучается грамматике, со временем приходя к точной имитации текстов за авторством человека. Несмотря на небольшой функционал, данный ИИ может стать незаменимым спутником журналиста. Не всегда у корреспондента есть время оформить материал для выпуска, а у редактора – проверить текст на грамотность. Храня невероятные объемы знаний по обширным темам, данный «чат-бот» будет незаменим в проверке специфических профессиональных терминов.

Можно использовать его иначе. В 2017 году газета The Washington Post применила мощности ИИ для написания ряда коротких материалов об Олимпиаде в Рио-де-Жанейро. Итогом эксперимента стали 300 статей на указанную тему, а нейросеть заняла нишу по написанию статей про выборы в Конгресс США и футбольные матчи. «По словам менед-

жера по стратегическим вопросам АР Франческо Маркони, автоматизация в освещении финансовых новостей позволила снизить количество ошибок в сообщениях, при том, что «количество новостей увеличилось в более чем десять раз» [3].

Второй тип – «обработка естественного языка» или Natural Language Processing. Данный тип ИИ наиболее знаком современному пользователю. Яндекс Алиса, Siri, Amazon Alexa и прочие голосовые помощники уже давно обосновались в жизни миллионов владельцев колонок, телевизоров и прочих «умных» устройств. Воспринимая звук как фиксируемые датчиками колебания, система самостоятельно сравнивает их с имеющейся аудиобиблиотекой, корректируя неточности и помехи в процессе. Данная технология уже как несколько лет помогает пользователям, предпочитающим диктофон записным книжкам. Журналист получил приемлемую альтернативу многочасовому усердному прослушиванию собственных аудиозаписей. По нажатию кнопки, встроенный даже в базовое приложение от google искусственный интеллект перенесет информацию из аудио формата в текст, сэкономив время и силы репортера для более значимых задач.

Известным образцом подобной нейросети стала функция, представленная компанией Яндекс в сентябре 2021 года. Применяв возможности нейросети к распознаванию даже искаженной речи, разработчики компании смогли создать первый встроенный в браузер синхронный переводчик видеоконтента. Пользователи получили качественный синхронный перевод с английского, французского, испанского и немецкого языков с сохранением экспрессии, и интонации. Для журналиста подобный функционал – первая необходимость. Многие журналисты знают не более одного иностранного языка, что автоматически ограничивает список источников, которые они могут самостоятельно проверить и использовать в работе. Внедрение в журналистскую практику синхронного перевода с основных языков Старого и Нового света, позволяет журналисту отслеживать события на куда большей территории, а соответственно – находить больше материала в печать или эфир.

Третий тип применим в фактчекинге. Найти человека по изображению, определить, где сделана фотография и многое другое позволяют нейросети визуального типа. При должном машинном обучении, данные нейросети способны находить закономерности в визуальном ряде, анализировать их и систематизировать накопленные данные. Следует отметить, что данный тип наименее развит и пока что находится

на уровне «google lens» и аналогичных ему приложений с функцией визуальной энциклопедии.

Иное применение нашли данному типу нейросети в издании «Газета.RU». Используемый его журналистами искусственный интеллект от «Сбера» GigaChat позволил в считанные минуты находить подходящий по смыслу видеоряд из внутренней библиотеки издания для написанного текста. «Использование ИИ позволило 30 редакторам публиковать около 500 единиц контента в день» [4].

Последний, четвертый тип тесно связан с упомянутым выше. Он также основывается на визуальном контенте, однако не останавливается на его распознавании. На основе случайного изначального набора пикселей. Нейросеть начинает с цветной «сетки», поэтапно наращивая детализацию изображения. Так, оператор лишь задает то, что нейросеть должна увидеть в этой «сетке», оставляя искусственному интеллекту пространство для «творчества». Принцип работает не только со статичными изображениями. Анализируя лицо человека на видеозаписи, для нейросети не составит труда создать «deepfake» – подложное видео, отличающееся от оригинала замененными лицами действующих в нем лиц.

По сравнению с предыдущими типами нейросетей, все большее внедрение в информационный процесс визуальных нейросетей несет значительную угрозу. Способные создавать изображения с высокой степенью детализации и реализма, визуальные ИИ стали удобным и простым в освоении инструментом по созданию фейков. Опасность «deepfake» признали крупнейшие видеохостинги, такие как YouTube. С ноября 2023 года, пользователи платформы получили возможность требовать от создателей контента удаления видеоматериала, созданного нейросетями, если он отображает конкретного человека – его внешность или голос.

Таким образом, применение искусственного интеллекта на современном этапе позволяет значительно упростить жизнь журналисту и редакции. Беря на себя решение проблем, требующих от человека значительных временных и умственных затрат, нейросети становятся универсальным инструментом по оптимизации работы издания, улучшения процесса создания новостей. Журналист, не обремененный длительной работой, требующей усидчивости, как показывает опыт «Газеты.RU» и The Washington Post, успеет сделать за день больше материалов.

Негативные же проявления искусственного интеллекта в большей степени не зависят от журналиста, являясь инструментом сторонних пользователей. Правильная настройка и качественное машинное обучение напротив, позволят снизить число ошибок в работе редакции: «Это значительно экономит время, упрощает процесс публикации и, как следствие, делает новости еще более оперативными» [4]. Следует воспринимать нейросети как инструмент, неправильное или злонамеренное применение которого приводит к негативно окрашенному результату.

Библиографические ссылки

1. Что такое ИИ? Узнайте об искусственном интеллекте [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oracle.com/cis/artificial-intelligence/what-is-ai/> (дата обращения: 10.02.2024).
2. Что такое нейронная сеть? [Электронный ресурс]. URL: <https://aws.amazon.com/ru/what-is/neural-network/#:~:text=Нейронная%20сеть%20—%20это%20метод%20в,слоистой%20структуре%2C%20напоминающей%20человеческий%20мозг> (дата обращения: 30.01.2024).
3. Алгоритм пришел на смену журналистам [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3414753> (дата обращения: 08.02.2024).
4. Журналисты «Газеты.Ru» начали использовать GigaChat для подбора видео к новостям [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru/publication/gazeta-ru-64031.html> (дата обращения: 31.01.2024).