

Вальковский М.А.,
к. филолог. н., доцент,
доцент кафедры международной журналистики,
факультет журналистики,
Белорусский государственный университет,
valk.1958@yandex.ru,
SPIN-код elibrary.ru: 1217-3625

Искусственный интеллект в медиа и коммуникациях: профессиональные и этические аспекты

Аннотация: в статье анализируются реальные и потенциальные проблемы в профессиональной и этической сфере, возникающие вследствие использования технологий искусственного интеллекта в медиапрактике, рассматриваются способы и формы их купирования.

Ключевые слова: искусственный интеллект; медиа, медиасистема, журналистская этика.

Michael Valkovsky,
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of International Journalism,
Faculty of Journalism,
Belarusian State University

Artificial intelligence in media and communications: professional and ethical aspects

Abstract: the article analyzes real and potential problems in the professional and ethical sphere that arise as a result of the use of artificial intelligence technologies in media practice, and discusses methods and forms of their management.

Keywords: artificial intelligence; media, media system, journalistic ethics.

Бурное развитие технологий искусственного интеллекта создало предпосылки к тому, что он становится качественно новым фактором конструирования актуальной медиареальности. AI-журналистика

демонстрирует скорость создания контента, которая опережает возможности принятия решения человеком, и, таким образом, выходит из-под его контроля.

OpenAI в настоящее время разрабатывает общий искусственный интеллект (AGI) – форму ИИ, которая, как ожидается, будет способна выполнять ряд творческих задач на уровне человеческого интеллекта и даже превосходить его. Такой технологический рывок скорее всего изменит существующие журналистские практики не только крупных медиакорпораций, но и новых медиа (в первую очередь), блогеров (в частности, работающих в видеоформате).

Рассматривая медиа в сложившейся системе отношений: СМИ – гражданин – общество – власть, мы видим, что появившийся новый фактор – ИИ, с трудом вписывается в нее, подразумевает определенные трансформации. В частности, усиление регуляторных мер в отношении его со стороны власти и ограничительных – со стороны общества.

В последнее время идет широкая дискуссия о конкретных мерах, которая сводится к необходимости создания механизмов (правовых, технологических, этических) контроля контента, создаваемого искусственным интеллектом.

Особый интерес привлекают такие важные, хоть и не поддающиеся точной оценке медийные феномены, как профессионализм и профессиональная журналистская этика. В информационном обществе они воспринимаются сквозь призму новых технологических реалий, что подразумевает определенную реконфигурацию этической модели, созданной журналистским сообществом в доцифровую эпоху. Пока акцентируется наличие принципиальной несовместимости ряда фундаментальных этических ценностей и принципов классической и AI-журналистики.

В данном аспекте мы рассматриваем профессионализм, как ключевой фактор подготовки контента журналистом, который, в свою очередь, производное качества подготовки самого журналиста. Интересным был бы компаративный анализ больших массивов тестов, написанных журналистами и созданных нейросетью. Но, в случае AI-журналистики данный метод вряд ли имеет смысл: компиляция

известных нарративов сама по себе не предполагает никакой оригинальности и креатива. И, тем более, эмоций и эмпатии¹.

Исследователи сходятся во мнении, «что искусственный интеллект априори вторичен, он создан человеком и пока является управляемым, он не так полноценен» [1, с.43].

Анализируя структурные особенности новостного дискурса А.В. Замков отмечает: «искусственные алгоритмы лишь имитируют речевую деятельность человека в ключевых фазах производства, но их социальные функции пока ограничены ролью цифровых ассистентов» [2, с. 270].

Более того: «процессы информатизации и алгоритмизации, характерные для ИИ, снижают когнитивные функции пользователей, а также их этические и нравственные принципы» [3].

В настоящее время ИИ в медиа выполняет ряд рутинных задач и экономит, таким образом, время людей.

Чтобы удовлетворить новые потребности аудитории, медиакомпании скорее всего сделают ставку на технологии искусственного интеллекта, которые создают персонализированные рекомендации для дистрибуции, автоматизируют редакционные процессы, автоматически генерируют тексты, другие операции, которые повышают эффективность медиапроизводства².

Поисково-рекомендательные системы, работающие по неясным алгоритмам, определяют приоритеты важности информации, решают за потребителя, что он должен узнать в первую очередь, что – во вторую. Это ведет к деформации процесса селекции информации, формированию односторонней, а не полной, картины мира. При таком подходе теряется объективность и непредвзятость – фундаментальные ценности в сфере журналистской этики. Противопоставление «человеческой предвзятости и зашоренности» и «машинной объективности» в выборе новостей не вполне аргументированно, зачастую носит спекулятивный характер.

Особо сложный, важный и многогранный аспект применения ИИ – этический. Он охватывает не только и не столько вопросы авторства и соавторства производства материалов, но и доверия аудитории к самому

¹ Медиа и технологии: как искусственный интеллект, ChatGPT и метавселенные меняют медиаиндустрию URL: <https://cipr.ru/articles-2023/media-i-tehnologii-kak-iskusstvennyj-intellekt-chatgpt-i-metavselennye-menyajut-mediaindustriju/> (дата обращения: 02.03.2024).

² Искусственный интеллект в медиа и коммуникациях // Russian Internet Week. 12 декабря 2022 г. URL: <https://files.runet-id.com/2022/riw/presentations/12dec.riw22-2-1000--ai.pdf> (дата обращения: 2.03.2024).

институту журналистики, его социальной роли в обществе.

В зрелом журналистском сообществе сложившиеся этические нормы закреплены в профессиональных кодексах, но когда нормы подобного сообщества атакуются воинственными дилетантами (блогерами) или вовсе нейросетью — тогда не понятно, как защитить этическую картину мира от надвигающихся угроз.

По мнению ряда российских исследователей такой мерой должна стать разработка этических правил использования искусственного интеллекта «в медиа и журналистике, а также их обязательная кодификации. Которая должна охватывать вопросы транспарентности работы редакций, сохранение за аудиторией права на информирование о применении искусственного интеллекта в редакционных практиках; запрет на передачу полномочий искусственному интеллекту в вопросах нравственного выбора при подготовке медиаконтента; совместная ответственность редакции и разработчиков программного обеспечения за последствия работы систем искусственного интеллекта; определение круга потенциальных тем, для работы над которыми этически неприемлемо использование искусственного интеллекта и др.¹» [4, с. 680].

Изменения в подходах к ИИ лишь напоминают о том, что этические нормы не статичны и могут изменяться с течением времени. Это подчеркивает важность дальнейшего внимательного изучения технических и социальных тенденций разработки и внедрения ИИ в медиасреду.

Ведь тандем с ИИ дает журналисту не просто повышение эффективности работы, но кардинально изменяет журналистику, как род человеческой деятельности, общественный институт, который требует от акторов исполнения социально-значимых ролей. В этом, наверное, и состоит его принципиальное отличие от остальных инструментов, которые получили журналисты в ходе информационно-коммуникационной революции [5, с. 30].

В целом роль ИИ в формировании будущего медиасферы будет возрастать по эскалационному сценарию, но он не станет вровень с человеческим фактором, учитывая значительно более сложное и многомерное устройство человеческого мышления — логического и

¹ Искусственный интеллект в медиа и коммуникациях: практики российского медиабизнеса. URL: https://ai.gov.ru/en/knowledgebase/vnedrenie-ii/2023_iskusstvennyy_intellekt_v_media_i_kommunikacijah_praktiki_rossijskogo_mediabiznesa_raek/ (дата обращения: 2.03.2024).

абстрактного, накопленный цивилизационный опыт, вряд ли воспроизводимый любым алгоритмом или программой.

Литература

1. *Морозова А.А., Попова С.Н.* Феномен искусственного интеллекта в современной науке: понятие, векторы и проблемы применения в сфере массмедиа // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2021. № 4 (42) С. 41–52.
2. *Замков А.В.* Новостной медиаробот: теоретические аспекты интеллектуальной системы генерации контента // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2019. № 8 (2). С. 260–273.
3. *Яковлев М.В.* Слежка и контроль в цифровых медиа – вызов стратегии доверия // *Век информации*. 2018. № 2 (2). С. 203–205.
4. *Лукина М.М., Замков А.В., Крашенинникова М.А., Кульчицкая Д.Ю.* Искусственный интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2022. Т. 11. № 4. С. 680–694.
5. *Вальковский М.А.* Технологии искусственного интеллекта в медиасфере: тренды трансформационных процессов // *Интеллектуальная культура Беларуси: гуманитарная безопасность в условиях глобальных вызовов: материалы Седьмой междунар. науч. конф. (16–17 ноября 2023 г., г. Минск)*. В 2т. Т.1 / Ин-т философии НАН Беларуси; редкол. А.А. Лазаревич (пред.) и др.. Минск: Четыре четверти, 2023. С. 28–31.