Гурова Ю.А.

Белорусский государственный университет
(научный руководитель – к. фил. н., доц. А.А. Градюшко)

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ПЕЧАТНЫЕ СМИ: ОПЫТ МОДЕЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО МЕДИА

«Первое впечатление от попытки обратиться к искусственному интеллекту в журналистике у меня странное – как будто выходишь из комнаты в космос» [1], – так описал свои ощущения при создании газеты с помощью искусственного интеллекта главный редактор объединенной редакции РБК Петр Канаев. В апреле 2023 г. вышел выпуск газеты, часть материалов в котором были созданы с помощью нейросетей GigaChat и Kandinsky.

Как отмечается в научных исследованиях, «скорость, с которой локальное медиапространство начало обращаться в «цифру», породила серьезные вызовы» [2, с. 145]. В данной статье мы решили провести собственный эксперимент и попробовали создать выпуск белорусской региональной газеты из г. Витебска с помощью нейросетей GigaChat и ru-GPT, каждую из которых мы использовали для разных целей. Ранее моделирование регионального медиа с помощью искусственного интеллекта пока не становилось отдельной научной задачей.

Прежде всего просим нейросеть GigaChat придумать название газеты. Искусственный интеллект предложил более 10 вариантов. Некоторые из них – это названия реально существующих газет, например *«Витебские вести»*. Большое преимущество в том, что нейросеть не просто создала названия, но и дала расшифровку, для какой цели лучше использовать конкретное название: *«Вестник Витебщины» – указывает на широту охвата и разнообразие информации о регионе, «Ветвь Витебская» – символизирует связь с историей и традициями региона, «День Витебский» – напоминает о значении каждого дня в жизни региона.*

Далее создаем структуру газеты. Нейросеть предлагает 8 полос, довольно общие темы, разделяя их по рубрикам. Структура соответствует типовой структуре региональной газеты. Значительный минус нейросети GigaChat состоит в том, что она не владеет информацией о последних событиях в мире. Создание новостей находится на низком уровне. Нет конкретных дат, мест и героев, поэтому легко понять, что такие новости сгенерированы искусственным интеллектом: *Сборная Витебска по легкой атлетике завоевала множество медалей на чемпионате мира среди юниоров. Спортсмены показали отличные результаты в беге на длинные дистанции, прыжках в высоту и метании копья. Их достижения высоко оценены тренерами и болельщиками.*

Поэтому для создания новостей мы также решили протестировать нейросеть ru-GPT. Новости по-прежнему не связаны с последними событиями,

но при этом их форма легко убеждает читателя в том, что они реальны, в них есть указатели времени: *18 октября в Витебске пройдет Фестиваль народных ремесел и традиций, на котором мастера и умельцы из разных уголков области презентуют свои изделия. В программе праздника – мастер-классы, музыкальные выступления и выставка декоративно-прикладного искусства. Итогом станет выбор «Лучшего мастера года», которому вручат специальный приз от администрации области.*

В этом месяце стартовала экологическая акция «Чистая Витебщина», в ходе которой волонтеры и жители области собираются навести порядок в естественных зонах отдыха и городских парках. Мероприятие длится до конца октября и включает в себя не только уборку территорий, но и образовательные лекции о важности охраны окружающей среды. Организаторы призывают всех желающих присоединиться к акции и поделиться своим временем на благо родного края.

Далее пробуем сгенерировать с помощью нейросети GigaChat интервью. С этой задачей искусственный интеллект справляется гораздо успешнее, чем с созданием новостей. GigaChat по запросу создал интересный диалог журналиста и молодой художницы из Витебска, сгенерировав как вопросы журналиста, так и ответы героя. Особенно удивительным оказалось то, что нейросеть включила информацию о реально существующих улицах Витебска:

– *Есть ли у вас любимые места в Витебске, которые вы часто изображаете на своих картинах?*

– *Да, конечно! Я очень люблю старый центр города, особенно улицы Суворова и Толстого. Там много интересных зданий, которые сохранились со времен XIX века. Еще мне нравится ходить вдоль реки Двина и писать виды на набережную.*

Таким образом, рано говорить о том, что нейросеть может заменить весь штат даже небольшой редакции. В частности, искусственный интеллект не умеет верстать материалы, а именно этот этап работы может оказаться сложным и трудоемким для редакции регионального медиа. Искусственный интеллект также не может справиться с главной задачей журналиста – поиском и сбором информации, не может полностью облегчить техническую часть создания газеты. Но главным недостатком искусственного интеллекта остается отсутствие у машины собственного жизненного опыта, а, как отмечает К.Е. Виноградова, «именно он формирует тот уникальный взгляд, который привлекает читателя-зрителя-слушателя» [3, с. 126].

ЛИТЕРАТУРА

1. Канаев П. О том, как интересно и полезно бывает ничего не знать / П. Канаев // РБК. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/opinions/technology_and_media/28/04/2023/644b8dbb9a79477bc779ce1d (дата обращения: 01.10.2024).
2. Градюшко А.А. Региональные медиа в цифровой среде / А.А. Градюшко. – Минск: Звезда, 2020. – 184 с.

3. Виноградова К.Е. Развитие искусственного интеллекта и трансформация журналистики: новые возможности и вызовы / К.Е. Виноградова // Гуманитарный вектор. – 2023. – Т. 18. – № 3. – С. 121–130.

Деркач А.К.

*Воронежский государственный университет
(научный руководитель – к. фил. н., доц. Е.Б. Курганова)*

МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНИКИ КАК МЕТОД ВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Информационная война – это давнее явление, ставшее своеобразным инструментом воздействия на общество. Она начала активно развиваться, когда ученые обратили внимание на уязвимость человеческой психики к внешним влияниям. В этой связи физическая сила отошла на второй план, уступив место агитации и пропаганде, которые стали важными средствами реализации внешнеполитических целей. «Информационная война» – целенаправленные действия, предпринятые для достижения информационного превосходства путем нанесения ущерба информации, а также информационным процессам и информационным системам противника при одновременной защите собственной информации, информационных процессов и информационных систем¹.

Информационная война включает в себя использование манипуляционных техник, а победа в информационной войне заключается в умении противника филигранно манипулировать информацией. Е. Доценко, исследуя психологию манипуляции, приходит к выводу, что это: «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями»².

Исследователи выделяют множество техник манипулирования, мы рассмотрим самые частотные:

- дезинформация. Цель дезинформации – управление поведением манипулируемого. Манипулятор сам предопределяет, как себя будут вести жертвы, какие будут принимать решения, и какие выберут маршруты следования. Дезинформация является быстрым и относительно дешевым способом дестабилизации общества и подготовки почвы для потенциальных военных действий. Например, дезинформация Израиля о младенцах, убитых ХАМАС³;

¹ Петренко А.И. Операции информационно-психологической войны: методы, информационно-психологической войны: методы, средства, технологии, краткий энциклопедический словарь / Петренко А.И., Вепринцев В.Б., Манойло А.В., Фролов Д.Б. – Москва. Горячая линия – Телеком, 2003 – С. 56.

² Доценко Е. Психология манипуляции. Москва., 2000, С. 5.

³ The Times of Israel Режим доступа: – <https://www.timesofisrael.com/netanyahu->