

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ПРОЦЕССЕ ПРОИЗВОДСТВА И ДИСТРИБУЦИИ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОДУКТОВ

Д. Н. Дроздов

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
dndrozдов@mail.ru*

Тема исследования – новые возможности и потенциальные риски, которые несет с собой использование искусственного интеллекта в работе конвергентных редакций СМИ. Проблема исследования состоит в необходимости анализа эффективности использования технологий ИИ с целью достижения устойчивого функционирования медиа. Ценность его результатов и практическое значение заключается в возможности оптимизации деятельности национальных СМИ для информационного обеспечения государственной политики и в условиях рынка массовой коммуникации.

Ключевые слова: искусственный интеллект (ИИ); мультимедиа; конвергентная редакция; медиапотребление; информационные продукты и услуги; редакционная политика.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE PROCESS OF MULTIMEDIA PRODUCTS PRODUCTION AND DISTRIBUTION

D. N. Drozdov

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: D. N. Drozdov (dndrozдов@mail.ru)*

The topic of the research is new opportunities and potential risks that the use of artificial intelligence brings with it in the work of converged media editorial offices. The research problem is the need to analyze the effectiveness of using AI technologies in order to achieve the media sustainable functioning. The value of its results and practical significance lies in the possibility of optimizing the

activities of national media for information support of state policy and in the conditions of the mass communication market.

Key words: artificial intelligence (AI); multimedia; convergent newsroom; editorial policy; information products and services; media consumption.

Анализ процессов трансформации современной системы массовой коммуникации позволяет утверждать, что еще недавно актуальное деление на конвенциональные СМИ и новые медиа сейчас уже не соответствует действительности, поскольку сегодня ни одна медиакомпания не может полноценно функционировать без использования цифровых и мобильных технологий. Конвергенция как процесс объединения традиционных СМИ (пресса, радио, телевидение, информационные агентства) с новыми формами медиа (интернет, мобильная коммуникация, социальные сети) и технологиями (веб-2.0, мобильная реклама и др.) привела к изменению бизнес-моделей, структуры и функционирования редакций.

Среди существенных характеристик конвергентной редакции СМИ необходимо выделить следующие. В новых условиях значительно увеличилась синергия процесса производства, поскольку редакция может более эффективно комбинировать свои ресурсы для создания информационных продуктов и услуг. Важную роль играет и мультимедийность, которая означает, что один и тот же контент упаковывается в разнообразные форматы, он изменяется и дополняется с целью дистрибуции его по различным каналам и на различных платформах для охвата наибольшего количества аудитории. Решению этой же задачи служит интерактивность, когда журналисты СМИ предоставляют своим пользователям возможность взаимодействовать с ними через интернет и мобильные устройства, а также создают сообщества пользователей и взаимодействуют с ними для достижения максимальной вовлеченности. В современных условиях все более возрастающее значение приобретают юзабилити, обеспечение редакцией пользователям доступа к своим материалам в любое удобное для них время и на популярной платформе, и персонализация – адаптация СМИ своих материалов к индивидуальным потребностям пользователей. К экономическим характеристикам деятельности конвергентных медиа следует отнести изменения бизнес-модели и структуры редакции СМИ, форм и методов подачи рекламы, увеличение количества источников дохода и др.

В последнее время практически во всех сферах жизнедеятельности человека и общества все более активно используется искусственный интеллект (ИИ) – цифровые алгоритмические интеллектуальные системы, которые могут выполнять задачи, обычно требующие для своего решения использование человеческого интеллекта. Такие системы могут обучаться на основе данных, полученных из различных источников, адаптироваться к новым ситуациям, принимать решения на основе анализа данных и использования алгоритмов, общаться с людьми через разные каналы коммуникации, анализировать и понимать тексты, звуки, изображения и другие типы данных, взаимодействовать с людьми и т. д.

На практике использование ИИ для создания оригинальных медийных текстов получило название роботизированная журналистика, она применяется преимущественно для написания новостных сообщений. А вот сфера использования искусственного интеллекта в процессе производства мультимедийных продуктов и услуг, а также их распространения постоянно увеличивается. Диапазон применения нейросетей достаточно широк: от новейших технологий виртуальной и дополненной реальности, 3D-графики до таких традиционных видов деятельности, как редактирование видео и обработка звука.

Главное требование в данном случае к журналисту и редактору – постоянно следить за появлением новых возможностей, предоставляемых ИИ, и уметь использовать их с максимальной эффективностью в своей работе, поскольку такие возможности на самом деле могут быть чрезвычайно полезны. Это может быть поиск и проверка достоверности используемой информации, создание новостной заметки в соответствии с определенными требованиями, генерация иллюстраций к материалам, выбор необходимой информации из баз данных, создание материала с аудиозаписи на диктофоне и многое другое.

Большие возможности искусственный интеллект предоставляет в деле создания персонализированных информационных блоков для потребления мультимедийного контента, например, таргетированной рекламы и персональных лент новостей. Видеохостинг YouTube использует алгоритмы поиска и обнаружения контента для мониторинга информационных запросов каждого зрителя на основе анализа того, какие ролики понравились пользователю раньше, видео какой тематики часто смотрят одно за другим, как часто пользователь смотрит видео на определенном канале или на конкретную тему. Также алгоритмы изучают, как зрители взаимодействуют с рекомендованными видео, как

долго они смотрят видео, учитываются количество отметок «Нравится» – «Не нравится» и результаты опросов после просмотра [1].

Конвергентная редакция современного СМИ в своей работе интегрирует традиционные и новые технологии, в результате чего роли журналиста, редактора и программиста переплетаются, и они выполняют несколько функций одновременно. Используя ИИ для анализа данных и формирования контента, конвергентная редакция может оперативно реагировать на события и новости в режиме реального времени. Так, редакция The Washington Post's AI-powered newsroom с помощью ИИ корректирует процесс создания контента, включая анализ текстов и прогнозирование событий.

Бібліографічні посилання

1. Как работают алгоритмы YouTube [Электронный ресурс]. URL: https://support.google.com/youtube/answer/11914225?hl=ru&co=YOUTUBE._YTVideoType%3Dvideo (дата обращения: 27.05.2024).