

Секция «Конфликты в цифровом обществе: источники, специфика, механизмы решения»

Искусственный интеллект в медиа: специфика применения и перспективы

Научный руководитель – Зверев Андрей Леонидович

Маркова Владислава Игоревна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

E-mail: aiviree@yandex.ru

В развитии человечества наступил этап, который можно определить как цифровую цивилизацию, в разной степени охватившую все континенты и страны мира [1]. Одним из главных элементов цифровизации является искусственный интеллект, который начинает активно использоваться и в сфере массовых коммуникации.

Стоит отметить, что процесс использования в журналистике технологии ИИ исследователи характеризуют по-разному. Сотрудники факультета журналистики МГУ используют термин «роботизированная журналистика», под которой понимается алгоритмическая обработка программами-роботами семантических связей между единицами текста, включая автоматизированную генерацию журналистских текстов [2]. В статье 2012 г. М. Паркса, Б. Ван дер Хаака и М. Кастельса «Будущее журналистики: сетевая журналистика» также включен феномен «автоматизированной журналистики». Авторы упоминают программные роботы-краулеры, способные распознавать и извлекать из информационного поля данные для пресс-релизов и разного рода новостей с помощью технологий «семантического веба» [3].

С этого времени стремительный рост медиаконтента, представленного в электронном виде, создал запрос на дальнейшее развитие СМИ. И в настоящее время использование роботов для генерации текстов перешло из теоретической и экспериментальной фазы в практическую. Алгоритмы Narrative Science стали создавать новости для сайта «Forbes.com» еще в далеком 2012 году. ИИ быстрее человека ищет темы, сообщает новости, редактирует тексты. Многие ведущие мировые СМИ («The Guardian», «Associated Press», «Forbes», «BBC», «The New YorkTimes», «Los Angeles Times») уже используют в ежедневной практике системы искусственного интеллекта по созданию медиаконтента. Так, практически треть контента, публикуемого «Bloomberg News», создана благодаря системе ИИ «Cyborg» [4]. Стоит отметить, что тексты, создаваемые медиароботами в вышеперечисленных изданиях, относятся к «рутинным»: итоги спортивных соревнований, криминальная хроника, погода, сводки с финансовых рынков, прогнозы землетрясений и др. Благодаря ИИ количество подобных новостей выросло с 300 до 3700 за один квартал. В 2019 г. американская компания «OpenAI» представила систему «GPT-2», которая умеет генерировать связный текст из минимального количества подсказок: например, может написать новостной материал из любого заголовка. Создаются соответствующие человеческому языку тексты – ранее никто из исследователей не добивался подобных результатов [5]. В российском медиaprостранстве также известны случаи внедрения ИИ в редакции поисковой компании «Яндекс» и спортивного издания «Sports.ru», где автоматизированным путем генерировалась информация о спортивной хронике. Также роботы занимаются генерированием заголовков, но иногда допускают различного рода неточности и ошибки.

Исследователи по-разному оценивают последствия данных тенденций: одни считают угрозой, что ИИ отнимет работу у сотен тысяч людей, другие, напротив, видят возможность освобождения от рутины для реализации творческого потенциала. По мнению экспертов ВВС, в ближайшие пятнадцать лет до 90 % новостного контента будет производиться машинами [2]. Однако следует заметить, что в настоящее время медиароботы

представляют собой интеллектуальные системы узкого назначения, функция которых состоит в языковом анализе и генерации контента, отражающего динамику стереотипных ситуации. Авторы, изучающие данную проблематику, отмечают, что почти все роботы, которые используются в журналистике, являются не полными автоматами, а человеко-машинными системами. Это говорит о том, что любая интеллектуальная система требует этапа «обучения», протекающего в режиме диалога человека с машиной. Часто именно этот этап становится определяющим для эффективной работы робота [2].

Внедрение процесса использования ИИ в ежедневную практику написания текстов ставит медийную сферу перед множеством вызовов [2]. Новостная журналистика встречается в лице искусственного интеллекта своего конкурента, способного брать на себя рутинные действия по созданию новостных текстов. Редакторы могут столкнуться с проблемами предвзятости и искажения, так как цифры, являющиеся основой для генерации контента, могут оказаться недостоверными, и тем самым будут представлять собой источники проблем. Перед СМИ и различными медиакомпаниями стоит вопрос об открытом доступе к кодам своих программ, в случае, когда речь идет о резонансных новостях, сгенерированных системой искусственного интеллекта. Также возникает еще одна немаловажная проблема, связанная с медиаэтикой (и робоэтикой), которая затрагивает множество дилемм: например, как будет выглядеть свод этических норм для медиароботов, как ИИ будет учитывать его при работе; как предупредить распространение роботом секретной информации, полученной незаконным способом, а также как предотвратить преднамеренную или случайную (в результате сбоя алгоритма) пропаганду антисоциальных норм поведения и др.

Таким образом, можно предположить, что со временем человечеству предстоит исследовать эффекты воздействия текстов искусственного интеллекта как на отдельного человека, так и на массы людей; выяснить отличия в восприятии автоматизированных текстов от новостей, созданных «естественным интеллектом», и понять, существуют ли отличия вообще. Возможно, вместе с принятием решения по использованию разных платформ для разных типов контента автоматизированных текстов СМИ и различные медиакорпорации встанут перед выбором – использовать ли алгоритмы искусственного интеллекта или же вернуться к привычному, но более сложному «естественному» нарративу, созданному человеком, который применяет для написания текста «естественный язык» и использует богатство лексикона, веками нарабатываемое человеческими поколениями.

Источники и литература

- 1) Дзялошинский И.М., Лободенко Л.К., Пильгун М.А. Социальные сообщества и коммуникационные сервисы в эпоху цифровой цивилизации. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020.
- 2) Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарёва Н.А. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию // Медиа-скоп. 2017.
- 3) Кастельс М., Паркс М., Ван дер Хаак Б. Будущее журналистики: сетевая журналистика // Как новые медиа изменили журналистику. Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, 2016. – С. 288.
- 4) Как искусственный интеллект заменяет журналистов: https://www.gazeta.ru/tech/2019/02/06/12167617/robots_smi.shtml
- 5) Better Language Models and Their Implications: <https://openai.com/blog/better-language-models/>