Секция «Инновационные коммуникации в креативных индустриях»

**Искусственный интеллект (ИИ) в работе российских деловых медиа:
организационные, этические и социокультурные аспекты**

Научный руководитель – Тюркин Михаил Вячеславович

Ягодзинская Светлана Сергеевна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» -
Санкт-Петербург, Санкт-Петербург, Россия
E-mail: agodinskaasvetlana@gmail.com

Искусственный интеллект сегодня рассматривается как неотъемлемая часть функционирования медиаиндустрии [1]. Его технологии применяются для генерации текстов, анализа больших объемов данных и производства персонализированного контента, что способствует автоматизации традиционных действий журналиста [2]. Однако в обществе и среди самих медиаспециалистов все чаще возникают дискуссии о допустимости таких практик, о рисках и социокультурных последствиях, о возможной замене человека-творца «бездушными машинами», об ответственности редакций и информационной безопасности пользователей.

Настоящее исследование носит как прикладной, так и общетеоретический характер. В работе проводится обзор кейсов внедрения алгоритмов в российских деловых медиа за 2021-2024 годы. Рассматриваются основные технологии ИИ, используемые в редакционных процессах, их влияние на качество и скорость производства контента, а также выявляются ключевые барьеры интеграции ИИ в медиахолдинги. Вместе с тем мы уделили внимание изучению влияния «культурных кодов» и социальных практик на отношение общества к ИИ, выявлению этических проблем использования алгоритмов, а также составлению рекомендаций по их минимизации.

В качестве методологической основы работы выбрано несколько подходов. Прежде всего это дискурс-анализ философско-этических проблем машинных технологий (опирающийся на труды Н. Винера, Н.А. Бердяева и их последователей), а также сравнительный анализ роботизированного и традиционного журналистского контента. Для выявления особенностей практик внедрения ИИ в редакции проведены глубинные интервью с представителями деловых медиа. Их отбор произведен по следующим критериям: длительность использования алгоритмов, публичная активность (присутствие на профильных мероприятиях, таких как Baltic Weekend, Всероссийский форум деловых СМИ, CSTB.PRO.MEDIA и т.п.), а также готовность к демонстрации опыта журналистскому сообществу.

Флагманские (в вопросе пользования ИИ) деловые российские медиа (РБК, ВГТРК, URA.RU, Коммерсант) применяют алгоритмы в основном для следующих целей: генерация новостных заголовков, подбор бэкграундов, фактчекинг, расшифровка речи и персонализация контента. В то время как анализ данных, персонализация и транскрибация с помощью ИИ выполняются быстро и корректно, фактчекинг, создание оригинальных эмоциональных текстов и оптимизация заголовков требуют длительного времени и человеческого вмешательства.

Выявлены основные организационные проблемы внедрения ИИ в деятельность редакции. Они связаны с высокой стоимостью интеграции моделей, нехваткой квалифицированных специалистов, качеством роботизированного медиаконтента, а также опасениями по поводу этических аспектов применения ИИ в творческих профессиях.

В процессе исследования высказано предположение, что споры и дискуссии об использовании ИИ в работе журналистов наиболее остро ведутся именно в России и странах Запада. Там на формирование ценностных ориентиров и профессиональной этики значительное влияние оказывает «культурный код» христианства с его особым вниманием к человеку, чей высокий онтологический статус реализуется за счёт способности к творчеству и раскрытия потенциала своей личности. В связи с этим разработка этических кодексов, регулирующих использование алгоритмов в российских редакциях, является необходимым условием для защиты фундаментальных принципов медиаэтики.

Результаты исследования демонстрируют, что внедрение ИИ в редакционные процессы является устойчивой тенденцией, отражающей стремление холдингов к технологической модернизации. Однако ключевыми условиями эффективной и гармоничной интеграции ИИ в медиаиндустрию являются: разработка этических guidelines и кодексов, прозрачность работы редакций, уважение творческого начала в журналистской деятельности, человеческий контроль над выпускаемыми медиапродуктами, непрерывное обучение сотрудников, а также учет потребностей аудитории.

Источники и литература

- 1) Давыдов С.Г., Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М. Использование искусственного интеллекта (ИИ) в российских медиа и журналистике // Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2023. No. 5. С. 3–21.
- 2) Carlson M. The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority // Journalism in an era of big data. – Routledge, 2018. – С. 108-123.