CZU: 004.8:070

ИНТЕГРАЦИЯ ИИ В ЖУРНАЛИСТИКУ: БАЛАНС МЕЖДУ ИННОВАЦИЯМИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ СТАНДАРТАМИ

INTEGRATION OF AI INTO JOURNALISM: BALANCING INNOVATION AND PROFESSIONAL STANDARDS

Oxana RUSNAC,
asistent universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0009-0005-1530-081X
oxana.rusnac@usm.md

Запуск ChatGPT компанией OpenAI в ноябре 2022 года стал отправной точкой для широких общественных дискуссий о потенциале и рисках интеграции инструментов искусственного интеллекта (ИИ) в разные сферы жизнедеятельности социума и, в частности, в массмедиа. Важно отметить, что инструменты искусственного интеллекта использовались в журналистике еще с 2014-го года, однако успех ChatGPT привел к четкому осознанию, что развитие генеративного ИИ (ГИИ) ведет к далеко идущим последствиям: высокотехнологичные решения изменят то, как журналисты работают в редакциях, а также то, как аудитория потребляет контент.

По данным Всемирной ассоциации издателей новостей, в 2023 году 49% новостных редакций в мире использовали инструменты ГИИ [1]. При этом наблюдается четкая тенденция автоматизации новостного производства. Согласно исследованию компании Gartner, к 2026 году около 90% текстов и статей в новостных медиа будут автоматически генерироваться с помощью ИИ [2].

Обзор практического опыта СМИ, которые экспериментируют с искусственным интеллектом, позволяет лучше понять трансформацию повседневных медиапрактик и дистрибуции контента, вызванную внедрением новейших технологий в работу журналистов.

Новостное агентство Reuters начало работу с ГИИ одним из первых – в 2014 году. Reuters использует модель News Tracer для выявления инфоповодов в соцсети Twitter. ИИ анализирует 700 миллионов твитов в день в поисках срочных новостей [3]. Алгоритм работает следующим образом: сначала News Tracer ищет кластеры твитов, обсуждающих одно и то же событие, затем генерирует рейтинг новизны, оценивая, стоит ли событие освещать, проверяет, является ли информация правдой, после чего предлагает журналистам перечень событий, которые могут стать новостью. Associated Press (AP) использует робота-новостника Wordsmith для обработки отчетов о корпоративных доходах. До внедрения Wordsmith агентство выпускало 300 финансовых отчетов в квартал, после – до 4400 текстов, повысив эффективность почти в 15 раз [4].

The Washington Post внедрил бот Heliograf для автоматической генерации новостей спортивной тематики. Также данный бот создавал заметки о выборах президента в США, отслеживая события в реальном времени. За первый год Heliograf создал около 850 публикаций, включая 500 материалов, связанных с выборами, и привлек более 500 тысяч читателей [5]. В настоящий момент создатели Heliograf работают над расширением возможностей бота – диверсификацией тематического спектра и введением аналитических способностей. The Guardian использует инструменты ИИ для повышения качества взаимодействия с аудиторией и увеличения вовлеченности [6]. Аналитика данных читательского поведения помогает редакторам и журналистам лучше понимать аудиторию и формировать эффективные контент-стратегии с учетом текущих глобальных трендов. Кроме того ИИ, опираясь на анализ данных подписки и читательских предпочтений, предлагает редакции темы, способные побудить пользователей оформить платную подписку или продолжать взаимодействие с сайтом. Это особенно важно для развития бизнес-модели The Guardian, активно продвигающего подписку как один из основных источников доходов.

Издание Forbes использовало несколько иной подход для взаимодействия с аудиторией, запустив чат-бот Adelaide. Пользователь может задать любой вопрос чат-боту, а Adelaide не только даст краткий ответ, но и порекомендует серию публикаций из архивов

Forbes, связанных с заданным вопросом. Данная стратегия Forbes позволяет удерживать читателей на сайте, способствуя росту показателей просмотров и вовлеченности [7]. Французское издание Le Monde расширило охват аудитории, используя ИИ для помощи в переводе статей, что позволило публиковать около 30 материалов в день на английском языке [8].

Южнокорейское новостное издание Yonhap подключило к работе спортивного ботхроникера Soccerbot. Бот анализирует информацию из нескольких источников, пишет текст, выполняет проверку грамматики и синтаксиса и публикует новости в течение 1-2 секунд после спортивного мероприятия. Примечательно, что Soccerbot адаптирует тексты, учитывая, участвовала ли в игре корейская команда, и победила ли она [9].

Финансовый канал китайского холдинга Tencent использует робота Dreamwriter для создания новостей и отчетов на основе анализа данных и экспертных комментариев. За год Dreamwriter выпускает более 40 000 публикаций [4]. Китайское новостное агентство Синьхуа (Xinhua News Agency) использует бота Kuaibi Xiaoxin (Быстрое перо Сяо Син) для создания новостей с использованием информации из открытых источников. Робот собирает данные в режиме реального времени, используя механизмы, которые интегрируют большие данные и автоматизируют их очистку и стандартизацию [Там же].

Группа бразильских журналистов и экспертов в области технологий Serenata de Amor создала робота Rosie для отслеживания заявленных конгрессменами денежных расходов, с указанием причин, по которым данные расходы могут считаться подозрительными [10, с. 562]. Журналисты Филиппин используют специально разработанный пользовательский GPT (COA Beta Assistant) для журналистских расследований [11]. COA Beta Assistant использует огромный массив филиппинских аудиторских отчетов в качестве базы знаний. Он обнаруживает аномалии в отчетах, выявляет потенциальные зацепки и генерирует краткие сводки, выделяя выводы, наиболее заслуживающие освещения в СМИ. COA Beta Assistant может за несколько часов сделать то, на что команде журналистов-расследователей пришлось бы потратить недели или даже месяцы.

PA Media (Press Association) совместно с Google разрабатывает проект RADAR (Reporters And Data And Robots) для региональных СМИ Великобритании и Ирландии. Модель ИИ обучается навыкам Естественного языка (Natural language generation), что позволит выстраивать сложные предложения с прилагательными, метафорами и сравнениями, максимально приблизившись к персонализированному авторскому стилю. По планам разработчиков система будет писать до 30 000 новостей в месяц, используя информацию из открытых источников [10, с. 561].

В Молдове практика взаимодействия журналистов с ГИИ практически сводится к исследованию возможностей ChatGPT и некоторых инструментов ИИ, находящихся в свободном доступе. Так, для мониторинга новостей в Сети и определения актуальных тем редакция Radio Europa Liberă прибегает к помощи Dataminer – бесплатного инструмента искусственного интеллекта, а портал Agora применяет ChatGPT для обобщения информации, создания заголовков, хэштегов и ключевых слов для социальных сетей [12].

Осторожное отношение к интеграции ИИ в работу редакций объясняется рядом причин: опасением ошибок и искажений, допускаемых ГИИ, угрозой потери доверия аудитории, неприятием ИИ самими журналистами, неумением работать с высокотехнологичными инструментами, ограниченностью финансовых возможностей редакций для создания собственных систем ИИ. Учитывая, что создание инструментов ИИ для оптимизации работы конкретных редакций и конкретных журналистских задач требует значительных инвестиций, выходом может быть сотрудничество с разработчиками программного обеспечения. Пример такого сотрудничества - издание Observatorul de Nord, которое, с разрешения разработчика, использует экспериментальный софт Synthesia.io. С помощью искусственного интеллекта Observatorul de Nord создает шаблоны для различных колонок, презентации новостей и видеорепортажи [Там же].

Спектр возможностей использования ИИ в журналистике широк, охватывая этапы создания и распространения контента. Схематично он представлен на Рисунке 1.

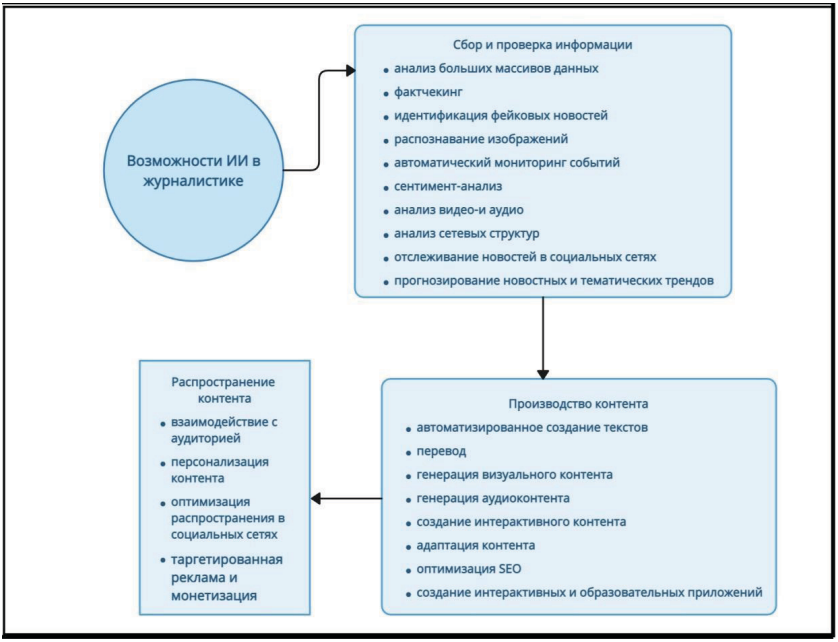


Рисунок 1. Возможности использования ИИ в *журналистике*
Источник: создан автором

В течение следующего десятилетия три ключевые мегатехнологические тенденции (облачные технологии, метавселенная и ИИ) будут формировать будущее, постепенно стирая границы между цифровым и физическим мирами, поэтому компании, которые хотят сохранить лидерство, «должны погрузиться в исследование искусственного интеллекта уже сейчас, чтобы раскрыть его потенциал, поскольку внедрение ИИ потребует значительных инвестиций в данные, людей и настройку базовых моделей для удовлетворения уникальных потребностей организации» [13].

Данное предупреждение верно и для СМИ, однако внедрение ИИ в работу редакций - не только и не просто технологическая задача. Возникает необходимость в фундаментальном переосмыслении процесса производства, распространения и потребления журналистской продукции. Главным вызовом становится требование баланса между инновационными технологиями для оптимизации

работы редакций и необходимостью сохранять профессиональные и этические стандарты журналистики.

Потенциал использования ИИ в редакционной работе и его влияние на людей пока еще не полностью осмыслены профессиональным и академическим сообществом. Вопросы этики, связанные с применением ИИ в медиа, до сих пор не заняли ключевых позиций в повестке профессионального медийного сообщества. Хотя 49% новостных редакций в мире используют инструменты ГИИ, но только 20% из них определили этические границы их использования [1].

К наиболее обсуждаемым вопросам в рамках дискурсов об этических вызовах, связанных с ГИИ в журналистике, относятся проблемы объективности и непредвзятости, транспарентности, персонализации, конфиденциальности личных данных, авторского права, маркировки материалов [14].

Объективность и непредвзятость. По мнению технооптимистов, искусственный интеллект справится с этой задачей лучше человека, на видение которого в той или иной мере влияют личные ценности, стереотипы, жизненный опыт и т.д. ИИ же действует на основании алгоритмов, полностью исключая человеческий фактор, и обладает универсальной «механистической объективностью» [Там же, с. 688]. Однако модели ИИ хороши ровно настолько, насколько хорошо они обучены. Предвзятость в контексте искусственного интеллекта возникает из-за неоднородности данных, на которых обучаются алгоритмы. ИИ не обладает собственным пониманием или критическим мышлением, он использует информацию, которую получает на этапе обучения. Если информация уже содержит стереотипы, культурную, политическую предвзятость или же предвзятость в выборе самих источников информации и другого рода искажения, искусственный интеллект может их воспроизводить и даже усиливать.

Чтобы предотвратить предвзятость, редакции должны уделять особое внимание качеству данных, на которых обучаются ГИИ, необходима постоянная работа по улучшению их когнитивных и обучающих способностей. Журналисты обязательно должны проверять автоматически сгенерированные тексты. ГИИ должен использоваться для автоматизации рутинных процессов или анализа

больших данных как инструмент, который помогает, но не заменяет человеческий труд.

Транспарентность. Как показывает исследование Института Пойнтера, аудитория испытывает недоверие по отношению честности СМИ в признании того, какие инструменты ИИ используют редакции, как и с какой целью [15]. Поэтому очень важно, как журналисты расскажут своей аудитории, что они делают с помощью ИИ. Прозрачность в использовании высокотехнологичных решений укрепляет доверие к медиа и предотвращает возможные подозрения в манипуляциях или искажениях фактов.

Персонализация. По данным отчета Reuters Institute, более 60% мировых медиа-компаний уже внедряют ИИ для улучшения контентных стратегий и персонализации [16]. Использование ИИ улучшает пользовательский опыт и повышает лояльность аудитории. В то же время технологии создают новые вызовы, связанные с этикой алгоритмической персонализации, которая может ограничивать доступ к разноплановому контенту и усиливать эффект «информационного пузыря». В этом контексте на первый план выходит необходимость проектирования корректных алгоритмов, способных улучшить доступ к разнообразным источникам информации.

Интеграция моделей искусственного интеллекта в медиасферу неизбежна и несет позитивный инновационный потенциал, но в то же время сопровождается рядом серьезных проблем. Перед журналистским сообществом стоит жизненно важная задача согласования технологические инноваций с социальной ответственностью, с целями и этикой профессии. Такой подход критически важен для эффективной интеграции ИИ в работу редакций, так как способствует тому, чтобы новейшие технологии служили основной цели журналистики, укрепляя влияние профессиональных СМИ в сфере предоставления достоверной и актуальной информации, ориентированной на нужды общества.

Список литературы:

1. *Studiu WAN-IFRA: Jumătate din redacții folosesc instrumente de inteligență artificială, dar numai 20% au aprobat regulamente de*

utilizare a lor. Media Azi, 2023. Доступен: https://media-azi.md/ru/studiu-wan-ifra-jumatate-din-redactii-folosesc-instrumente-de-inteligenta-artificiala-dar-numai-20-au-aprobat-regulamente-de-utilizare-a-lor/ (Дата посещения: 07.10.2024)
2. *Facing reality? Law enforcement and the challenge of deepfakes, an observatory report from the Europol Innovation Lab, Publications Office of the European Union, Luxembourg*. Europol, 2022 Доступен: https://www.europol.europa.eu/cms/sites/default/files/documents/Europol_Innovation_Lab_Facing_Reality_Law_Enforcement_And_The_Challenge_Of_Deepfakes.pdf (Дата посещения: 09.10.2024)
3. *Is it news or noise? ANNUAL REPORT THE PARTNERSHIP EQUATION*. Thomson Reuters, 2016. Доступен: https://archive.annual-report.thomsonreuters.com/2016/is-it-news-or-noise.html#:~:text=How%20does%20it%20work%3F,tweets%20to%20find%20breaking%20news. (Дата посещения: 12.10.2024)
4. SHI, YI., LIN., SUN. *How Generative AI Is Transforming Journalism: Development, Application and Ethics.* Journalism and Media 5: 582–594. *2024.* Доступен: https://doi.org/10.3390/journalmedia5020039Academic (Дата посещения: 05.10.2024)
5. REESE, H. *Understanding the Differences between AI, Machine Learning, and DeepLearning*. TechRepublic, 2017. Доступен: https://www.techrepublic.com/article/understanding-the-differences-between-ai-machine-learning-and-deep-learning (Дата посещения: 11.10.2024)
6. *Introducing the Guardian Chatbot. Support The Guardian*. Доступен: https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2016/nov/07/introducing-the-guardian-chatbot (Дата посещения: 11.10.2024)
7. David, E. *Forbes Now Has Its Own AI Search Engine*. VOX MEDIA, 2023. Доступен: https://www.theverge.com/2023/10/26/23933799/forbes-generative-ai-search-adelaide (Дата посещения: 05.10.2024)
8. NEWMAN, N. *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions*. Thomson Reuters, 2024. Доступен: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-

technology-trends-and-predictions-2024 (Дата посещения: 24.09.2024)
9. *Yonhap introduces 'robot reporter' to cover football games.* Yonhap News Agency, 2017. Доступен: https://en.yna.co.kr/view/AEN20170814005000320. (Дата посещения: 05.10.2024)
10. Чертовских, О., Чертовских, М. Искусственный интеллект на службе современной журналистики: история, факты и перспективы развития. В: *Вопросы теории и практики журналистики.* 2019. Т. 8, № 3. С. 555–568. ISSN 2308-6203
11. *Unlocking the Potential of Custom GPTs for Newsrooms: In Conversation with Jaemark Tordecilla*. Newsroom Robots, 2024. Доступен: https://www.newsroomrobots.com/p/unlocking-the-potential-of-custom (Дата посещения: 11.10.2024)
12. Энтузиазм vs сдержанность. Как молдавские СМИ используют ChatGPT и другие инструменты искусственного интеллекта. Media Azi, 2023. Доступен: https://media-azi.md/ru/entuziasm-vs-reticenta-cum-folosesc-chatgpt-si-alte-instrumente-de-inteligenta-artificiala-unele-redactii-din-republica-moldova/ (Дата посещения: 29.09.2024)
13. *Accenture Technology Vision 2023: Generative AI to Usher in a Bold New Future for Business, Merging Physical and Digital Worlds.* Newsroom Robots, 2024. Доступен: https://newsroom.accenture.com/news/2023/accenture-technology-vision-2023-generative-ai-to-usher-in-a-bold-new-future-for-business-merging-physical-and-digital-worlds (Дата посещения: 11.10.2024)
14. Лукина, М., Замков, А., Крашенникова, М. Искусственный интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации. В: *Вопросы теории и практики журналистики.* 2022. Т. 11, № 4. С. 680–694. ISSN 2308-6203
15. *Poynter: When it comes to using AI in journalism, put audience and ethics first.* Poynter, 2024. Доступен: https://www.poynter.org/ethics-trust/2024/poynter-when-it-comes-to-using-ai-in-journalism-put-audience-and-ethics-first/ (Дата посещения: 06.10.2024)
16. *Trends and Predictions 2024.* Reuters Institute, 2023. Доступен: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions (Дата посещения: 14.10.2024)