

Применение технологии искусственного интеллекта в российских средствах массовой информации

Научный руководитель – Якушин Алексей Валериевич

Адамова Ада Алексеевна

Студент (магистр)

Московский государственный институт международных отношений, Факультет
Международных экономических отношений, Москва, Россия

E-mail: ada.adamova3@gmail.com

Согласно современной теории об экспоненциальном росте в области инноваций, явление искусственного интеллекта можно считать одной из передовых технологий, которая становится частью жизненно-значимых сфер общества, внедренная в такие области, как здравоохранение, наука, образование, транспорт, банковский сектор и другие. Мы наблюдаем, что технология искусственного интеллекта проникает в работу медиаорганизаций, трансформируя профессию журналиста и редакционных коллективов.

Искусственный интеллект становится частью современной журналистики. Так, с 2010 года крупные медиаорганизации начали применять новую технологию на практике. Сбор, обработка, написание новостных заметок, распространение контента, а также выход в эфир робота-телеведущего — все это относительно новые тенденции в мире журналистики, которые работают с помощью программных алгоритмов.

Мировыми лидерами в этой отрасли признаны *Associated Press, Bloomberg, Los Angeles Times, The Guardian, BBC* и информационное агентство «Синьхуа». Интеллектуальные роботизированные технологии применяют и российские информационно-коммуникационные компании Mail.ru, Яндекс, ВКонтакте. Информационные агентства «Интерфакс», «ТАСС», спортивное издание Sports.ru и «Первый канал».

Интегрирование современных технологий в работу медиакомпаний неотъемлемая часть, которая повлечет за собой ряд существенных изменений. Поэтому важно исследовать процесс интегрирования искусственного интеллекта в работу редакций в целях дальнейшего понимания вектора развития профессии журналиста и журналистики в целом. В рамках исследования проведены экспертные интервью с представителями российских телеканалов и информационных агентств, а также проведен опрос среди журналистов и лояльной аудитории для выяснения мнений относительно автоматизированных новостей. Проанализировав опыт внедрения программных алгоритмов в производственный процесс медиакомпаний, мы пришли к следующим заключениям. В современной медиаиндустрии используются системы с применением отдельных элементов искусственного интеллекта. В работе медиаорганизаций, как западных, так и российских, внедрены схожие программные алгоритмы, которые выполняют функции создания новостных сообщений, мониторинга, структурирования, автоматизации данных, транскрибирования в режиме реального времени и распознавания объектов. Тексты, созданные алгоритмом, выходят на основе шаблонов с заданными числовыми переменными и условными обозначениями. В новостных материалах прослеживается схематичность. Отсутствуют средства выразительности, единый стиль и юмор, в том числе встречаются различные типы ошибок. Стоит отметить, что российский опыт может считаться конкурентоспособным, яркий пример ИА «Интерфакс», где согласно таймингу выпуска автоматизированных новостей (среди информационных агентств), российское агентство опережает других крупных поставщиков оперативной информации.

Функции человека продолжают играть ключевую роль в производственном процессе, как минимум на двух этапах: начальном и конечном. Без человеческого фактора технологии не смогут функционировать, поскольку именно программист закладывает алгоритмы в компьютерные программы, а на выходе новостное сообщение проверяется редактором. В настоящее время искусственный интеллект может стать помощником в редакции, но не заменить журналиста, поскольку он не способен создать выразительные и глубоко-аналитические тексты, какие может написать человек.