Илья Павлович Купка

Военная академия радиационной, химической и биологической защиты им. Маршала Советского Союза С. К. Тимошенко (Кострома)

lias.dixx@gmail.com

**Искусственный интеллект в российском медиапространстве: перспективы и вызовы**

Статья посвящена анализу текущего состояния и перспектив использования технологий искусственного интеллекта (ИИ) в российском медиапространстве, а также оценке связанных с этим вызовов и этических вопросов.

Ключевые слова на русском языке: искусственный интеллект, медиапространство, журналистика, персонализация, фактчекинг.

Искусственный интеллект (ИИ) проникает во все сферы нашей жизни, обеспечивая значительные преимущества в обработке данных, автоматизации процессов и принятии решений. Селф-трекинг предполагает непрерывную автоматическую генерацию и анализ данных, формирующих количественную идентичность. Введение в тематику использования ИИ в медиапространстве России позволяет увидеть потенциал для улучшения качества журналистской работы и повышения уровня интерактивности с аудиторией. Однако существуют определённые вызовы, связанные с этическими и правовыми аспектами применения ИИ [1]. «Вы есть ваши данные» – это реальность сегодняшнего дня. Этот тезис касается не только конечных пользователей, но и современных СМИ.

Для чего в журналистике может использоваться ИИ? В первую очередь для автоматизации редакционных процессов и автоматической агрегации новостей. Это уже применяется в крупных редакциях и информагенствах, таких как «Россия сегодня». Изменения, которые привносит искусственный интеллект, затрагивают все стороны сферы медиа. Можно сказать, что наступает новая эпоха «умных» средств массовой информации.

Что мы понимаем под термином «умные СМИ»? В первую очередь – персонализированную выдачу новостей в соответствии с релевантностью поисковой выдачи для конечного пользователя. Примером такого использования машинного обучения можно считать агрегатор Яндекс.Дзен (ex. Яндекс.Новости). Алгоритмы Дзена позволяют персонализировать поисковую выдачу под интересы конкретного конечного пользователя платформы. Это положительно влияет на лояльность аудитории и позволяет увеличить время нахождения пользователя на площадке. Однако обратной стороной такой персонализации является «цифровой след» потребителя, позволяющий отслеживать в долгосрочной перспективе изменения в способах получения контента, предпочтения и приоритетность определённой области интересов.

В контексте проверки фактов наравне с ИИ следует учитывать и сами источники информации. В современном российском медиапространстве всё чаще первоисточниками информации о событиях становятся телеграм-каналы с контентом, сгенерированном пользователями (UGC), такие как SHOT или BAZA. Исследование, приведённое в статье «Социальные сети как источник инфоповодов для российской̆ журналистики» [2] показало, что социальные сети играют значительную роль в работе журналистов, предоставляя им дополнительный материал для создания содержательных и актуальных медиатекстов. Наравне с ростом популярности социальных сетей и мессенджеров как универсальных каналов оперативной и массовой дистрибуции контента возникла необходимость в настолько же оперативных средствах фактчекинга. С учётом современного развития моделей машинного обучения их алгоритмы способны оперативно проверять достоверность информации, что особенно актуально в условиях распространения фейковых новостей.

Одним из ярких примеров использования генеративных технологий и моделей ИИ является создание изображений на актуальные темы. К такому контенту можно отнести арты в телеграм-канале «Рыбарь» или «Москва 24».

В заключении мы говорим о главном противоречии использования машинного обучения. Всякий раз, когда мы используем цифровые технологии для своих целей, эти технологии используют нас – для своих. Это касается не только селф-трекинга, но и применения любых платформ и сервисов, где люди оставляют цифровые следы. Дилемма кажется неразрешимой, и даже откровения Джона Сноудена, раскрывшего масштабы цифрового слежения государств за гражданами, не подорвали доминирующий дискурс «надзорного реализма» [3].

Литература

1. Гикис С. Н. Социальные сети как источник инфоповодов для российской журналистики (на примере использования материалов YouTube и Instagram\*[[1]](#footnote-1) // Вестник Московского ун-та. Серия 10. Журналистика. 2023. № 2. С. 73–90.

2. Давыдов С. Г., Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике // Вестник Московского ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2023. № 5. С. 3–21. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321

3. Dencik L. (2018) Surveillance realism and the politics of imagination: Is there no alternative? Krisis: Journal for Contemporary Philosophy 1: 31–43. URL: <https://krisis.eu/surveillance-realism-and-the-politics-of-imagination-is-there-no-alternative/>. (aссessed: 23.12.2023).

1. Организация признана экстремистской по решению суда, деятельность организации запрещена на территории Российской Федерации. [↑](#footnote-ref-1)