Екатерина Анатольевна Зверева

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина

[katya9\_2001@mail.ru](mailto:katya9_2001@mail.ru)

Никита Дмитриевич Мальцев

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина

[nikita\_199935@mail.ru](mailto:nikita_199935@mail.ru)

**«Гуманитарная помощь» нейросетевых технологий**

Благодаря развитию нейросетевых сервисов редакции СМИ могут значительно снизить нагрузку на сотрудников и ускорить различные процессы производства контента. В данной статье рассматривается актуальное состояние нейросетей, их влияние на процессы работы журналиста и на построение эффективного взаимодействия с аудиторией читателей.

Ключевые слова: медиа, нейросети, автоматизация, контент.

Ещё до нашей эры человечество стремилось автоматизировать различные виды своей деятельности, чтобы упростить свою жизнь. Примером этому могут служить самые простые счёты [2], которые позже трансформировались в электронный калькулятор. Сейчас «гуманитарной помощью», облегчающей жизнь человеку, можно назвать нейросетевые технологии. Они очень быстро вошли во все сферы общества, помогают человечеству как в виртуальном, так и в реальном мире.

Наиболее актуальны нейросетевые технологии в разработке методов повышения доступности контента для людей с ограниченными возможностями. В 1912 г. Эдмунд Э. Фурнье д'Альбе продемонстрировал прибор под названием «оптофон», который мог распознавать и переводить тексты газет в аудиосигналы [3]. В 1953 г. Дэвид Шепард запатентовал машину, которая понимала буквы латинского алфавита, азбуку Морзе. В 1955 г. журнал Reader’s Digest использовал её для перевода машинописных статей в общую базу редакции. Данные изобретения можно считать предшественниками машинного зрения и систем распознавания текста. В настоящее время многие электронные устройства могут быть использованы людьми с ограниченными возможностями. Голосовой ассистент может анализировать напечатанный текст и переводить его в качественно синтезированный и понятный голос.

Для обычных пользователей «гуманитарная помощь» нейросетей выражается в алгоритмизации поиска, перевода и генерации информации. В сфере медиакоммуникаций прослеживается явная тенденция автоматизации процесса генерации идей и консультирования клиентов. На наш взгляд, «гуманитарную помощь» нейросетевых технологий специалистам в сфере медиакоммуникаций можно условно разделить на два направления: помощь в создании медиапродукта и помощь в работе с читателями.

В рамках первого направления нейросетевые технологии используются для поиска и подготовки различных материалов для изданий. Сервис журналистских запросов Pressfeed провёл опрос среди своих пользователей (15 тысяч журналистов) на тему подготовки материалов при помощи нейросетей. По итогам опроса [1] выяснилось, что 66% сотрудников редакций прибегают к помощи нейросетей для формирования контента. При этом 86% опрошенных отрицают возможности полной замены человека в журналистике.

Что касается второго направления, то нейросети способны анализировать большое количество информации за меньшую единицу времени и связывать многие паттерны поведения пользователей: клики и скроллы на странице, наиболее просматриваемые участки текста, комментарии и их эмоциональная окраска, а также демографические данные пользователей [4]. Благодаря подобным данным сервис способен разделить пользователей на подгруппы и предложить наиболее актуальные тематики для публикаций. Понимание потребностей и интересов аудитории позволит редакции совершенствовать свой контент и выпускать те материалы, которые привлекут ещё больше пользователей.

Одной из актуальных форм «гуманитарной помощи» нейросетевых технологий является формировании комьюнити читателей. Специалисты из Лондонской школы экономики и политической науки считают [5], что современная журналистика включает в себя не только автоматизацию процессов издания, но и создание совершенно нового подхода к информационной работе. Важно, чтобы она была основана на обратной связи с читателями, и редакторы газеты должны создать сообщество, которым будет управлять искусственный интеллект.

Благодаря нейросетям медиа могут стать более доступными для людей с ограниченными возможностями, могут повысить качество и скорость производства контента. Новые технологии постепенно развиваются, объединяются с существующими, что позволяет улучшить исследование потребностей аудитории, а значит и повысить вовлечённость, совершенствуя взаимосвязь «человек – человек» посредством «гуманитарной помощи» алгоритмов.

Литература

1. 48% экспертов СМИ и 66% журналистов используют нейросети для подготовки материалов для СМИ // CNews. 2023. 18 июля. URL: <https://www.cnews.ru/news/line/2023-07-18_48_ekspertov_smi_i_66_zhurnalistov>. (дата обращения: 20.12.2023).

2. Гутер Р. С., Полунов Ю. Л. От абака до компьютера. М., 1981.

3. Колесникова А. PRTech: как распространение искусственного интеллекта скажется на будущем профессии // Cossa.ru URL: <https://www.cossa.ru/trends/327409/>. (дата обращения: 20.12.2021).

4. Матросов В. Г. Анализ применения нейросетей в области интернет-маркетинга // StudNet. 2020. № 8. С. 667–673.

5. Никифоров О. Спасет ли искусственный интеллект немецкие газеты // Независимая газета. 2023. 22 июня. <https://www.ng.ru/columnist/2023-06-22/6_8755_ai.html>. (дата обращения: 18.12.2023).