

**Искусственный интеллект и журналистика: к вопросу о возможностях
совместной деятельности**

Научный руководитель – Иванова Людмила Викторовна

Хрущева Александра Андреевна

Студент (бакалавр)

Тольяттинский государственный университет, Гуманитарно-педагогический институт,
Кафедра «Журналистика», Тольятти, Россия
E-mail: alex.hrusheva@gmail.com

С середины двадцатого столетия учёные и философы спорят о возможностях искусственного интеллекта (ИИ) и его значении в жизни человека. Главный вопрос философии ИИ: «Способна ли машина мыслить?» стал причиной возникновения гипотез «сильного» и «слабого искусственного интеллекта». Сторонник гипотезы «сильного интеллекта» Джон Сирл в статье «Искусственный интеллект: различные взгляды на проблему» [1] высказал предположение, что «запрограммированный компьютер с нужными входами и выходами будет разумом, в том смысле, в котором человеческий разум - это разум», то есть при условии правильно настроенных алгоритмов, компьютеры могут находить, анализировать и решать проблемы, подобно человеку. При этом Д. Сирл делает акцент на том, что эти алгоритмы может и должен настроить и запустить разум человека.

В январе 2020 года старший научный сотрудник Института изучения журналистики Reuters Ник Ньюман подготовил для проекта Digital News Project отчёт «Журналистика, СМИ, технологические тенденции и прогнозы - 2020» [3]. Один из прогнозов связан с использованием искусственного интеллекта при создании новостей. Основываясь на сведениях, полученных от 52% респондентов (в их число входят медиалидеры) международного опроса об изменении привычек к новостям, Н. Ньюман отмечает, что в 2020 году именно технологии ИИ станут ключевым при продвижении медиаконтента. В качестве тенденций развития СМИ и журналистики Н. Ньюман называет разделение журналистики и робо-журналистики в информационной политике ряда изданий - так издатели обеспечивают разнообразие контента на своих платформах и остаются интересными для аудитории. Например, издание Times (Лондон) следует лозунгу: «Написано людьми, курируется людьми, распространяется роботами», то есть сбор информации и создание контента по-прежнему остается сферой деятельности профессиональных журналистов. Следование указанному лозунгу вписывается в тренды информационных запросов аудитории, которая начинает беспокоиться о времени, потраченном в онлайн, а постоянно обновляющиеся новости, созданные роботами, становятся для нее раздражающим фактором. В связи с этим потребители медиаконтента стараются концентрировать внимание на «значимом» контенте и релевантной информации. Многие из них уходят из мира робо-новостей в более комфортные экосистемы. В таких экосистемах традиционные задачи журналистики решаются людьми, а задачи по упаковке и распространению контента - нейросетями, созданными человеком.

Показательным примером использования технологии искусственного интеллекта является сервис «Яндекс.Дзен», созданный в 2015 году. Создатели платформы объясняют её назначение так: «Дзен - это бесконечная лента публикаций, собранных специально для вас. Дзен постоянно ищет в интернете то, что может быть вам интересно, и собирает лучшее в персональную ленту» [2]. Система анализирует историю посещения пользователя, выявляет круг его интересов и создает уникальную модель пользовательских предпочтений. В соответствии с этой моделью формируется лента релевантных публикаций - статьи,

обзоры, лонгриды. По итогам 2019 года, сервис предлагает читателям 280 тысяч каналов на разных языках; ежемесячно «Дзен» фиксирует 50 миллионов посещений, а среднее время, которое человек проводит в ленте, составляет 40 минут. Анализируя «лайки» и «дизлайки», сервис выявляет определенные темы и показывает их в ленте больше или, наоборот, блокирует. Чем чаще пользователь просматривает ленту, реагирует на публикации и предложенные темы, тем более релевантным для него становится «Дзен».

В 2017 году «Яндекс.Дзен» стал доступен для мобильных устройств. При первом запуске приложения необходимо авторизоваться, обозначить круг интересов (из 21 предложенной темы), подписаться на каналы и таким образом самостоятельно создать релевантную ленту. Главная страница - это лента публикаций каналов, на которые подписался пользователь. Под публикациями можно оставлять комментарии, тем самым находить единомышленников в определенной теме. Аудитории «Дзена» также доступна вкладка «Видео», отвечающая запросам конкретного читателя. Запросы можно менять в разделе «Профиль», здесь также есть возможность подписаться на новые каналы и следить за собственной активностью и активностью других пользователей (комментарии, лайки, ответы). Стоит отметить, что «Яндекс.Дзен» - это не только платформа, реализующая технологии ИИ, но и площадка для авторов. Встроенный редактор позволяет авторам выбирать тип публикации и создавать контент, не покидая платформу. Размещать материалы можно с компьютера и с мобильного устройства. «Дзен» в равной степени ориентирован на пользователей и авторов, поэтому в 2017 году «Яндекс» запустил программу для независимых авторов (блогеров), которая позволяет размещать медиаконтент напрямую в «Дзен» и монетизировать его. Алгоритмы сервиса настроены так, что зарабатывать на «Яндекс.Дзене» может тот, кто создает качественный, уникальный контент в больших количествах. Кроме того, если авторы имеют не менее пятисот подписчиков и десятки тысяч уникальных посетителей, размещают, как минимум, три публикации в месяц, они имеют шанс попасть в «Нирвану» (программа поддержки авторов, создающих качественные материалы). Участник программы получает персонального менеджера, который дает советы по ведению канала и сообщает о нарушениях. Если «сотрудничество» искусственного интеллекта и автора будет успешным, ИИ начнет продвигать его публикации в лентах - они получат преимущество в показах «Дзена». Сегодня в программе «Нирвана» участвуют каналы таких изданий как «РБК», «Коммерсантъ», «ТАСС», «Медуза».

Сервис «Яндекс.Дзен» становится медиаплатформой для совместной деятельности человека и искусственного интеллекта. Перед человеком-автором стоит задача создавать качественный контент, соответствующий запросам современной аудитории, а его упаковку и распространение обеспечивают правильно настроенные алгоритмы «Дзена». Так, реализация технологии искусственного интеллекта на платформе «Яндекс.Дзен» подтверждает гипотезу о возможностях сильного искусственного интеллекта: машина может стать разумом и работать на благо людей в том случае, если она действует в соответствии с алгоритмами, написанными человеком.

Источники и литература

- 1) Сирл Дж. Р. Искусственный интеллект: различные взгляды на проблему // В мире науки // Scientific American. 1990. № 3. Режим доступа: <http://www.raai.org/library/books/sirl/ai.htm>
- 2) Яндекс.Дзен: О сервисе. URL: <https://zen.yandex.ru/about>
- 3) Newman N. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions. URL: <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2020#1-6-doubts-emerging-over-the-role-of-ai-in-the-newsroom>