

ФУНКЦИИ И ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ БОЛЬШИХ ЯЗЫКОВЫХ МОДЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАКОММУНИКАЦИЯХ

М. А. Короткевич

Аннотация. В статье рассматривается роль больших языковых моделей (БЯМ) в развитии современных медиакоммуникаций, а также на основе отечественного и зарубежного опыта анализируются примеры их внедрения. Выделяется пять основных функций БЯМ: изменения в образовательной сфере и методологии поиска информации, модификация роли человека в создании медиатекста, воздействие на рынок труда и влияние на языковое устройство. Внедрение БЯМ повышает эффективность процессов, связанных с созданием медиаконтента, и тем самым стимулирует переосмысление традиционных подходов к работе в медиасфере. Но эффективное применение БЯМ требует соответствующих компетенций и навыков, а также понимания их ограничений и потенциала. На текущем этапе развития технологии основными сферами применения БЯМ являются обработка информации и генерация типовых текстов, однако их потенциал еще предстоит полностью раскрыть.

Ключевые слова: большие языковые модели, медиакоммуникации, искусственный интеллект, нейросети в медиа, сгенерированный медиатекст.

Для цитирования: Короткевич М. А. Функции и примеры внедрения больших языковых моделей в современных медиакоммуникациях // Наука и школа. 2025. № 2. С. 42–52. DOI: 10.31862/1819-463X-2025-2-42-52.



THE ROLE AND EXAMPLES OF THE IMPLEMENTATION OF LARGE LANGUAGE MODELS IN MODERN MEDIA COMMUNICATIONS

M. A. Korotkevich

Abstract. *The article discusses the role of large language models (LLMs) in the development of modern media communications and analyses examples of their implementation on the basis of home and foreign experience. The author identifies five main functions of LLMs: changes in the educational sphere and information search methodology, modification of the human role in the creation of media text, impact on the labour market and influence on the language system. The implementation of LLMs increases the efficiency of processes related to the creation of media content and thus stimulates rethinking of traditional approaches to work in the media sphere. However, the effective use of LLMs requires appropriate competences and skills, as well as an understanding of their limitations and potential. At the current stage of technology development, information processing and standardised text generation are the main areas of their application, but their potential has yet to be fully exploited.*

Keywords: *large language models, media communications, artificial intelligence, neural networks in media, generated media text.*

Cite as: Korotkevich M. A. The role and examples of the implementation of large language models in modern media communications. *Nauka i shkola*. 2025, No. 2, pp. 42–52. DOI: 10.31862/1819-463X-2025-2-42-52.

Искусственный интеллект (далее – ИИ) и связанные с ним технологии проникают во все сферы человеческой жизнедеятельности. Если рассматривать популярную диаграмму хайп-цикла Gartner, то сейчас технология приближаются к «склону просвещения», уже пройдя «пик завышенных ожиданий» и заканчивая проходить «впадину разочарования»¹.

В статье мы постараемся определить, как влияет внедрение больших языковых моделей (далее – БЯМ), которые особенно популяризировали технологии ИИ, на медиакоммуникации, то есть рассмотрим функции больших языковых моделей в развитии современных медиакоммуникаций.

Демаргинализация использования БЯМ представляется ключевым трендом в медиапространстве 2024 г. Начнем с изменений, которые происходят в сфере образования. Опрос среди студентов российских университетов в середине 2023 г. показал, что 65% студентов освоили ИИ, а используют его для учебы регулярно 50%². И если в прошлом году скандал в РГУ с написанной ИИ дипломной работой вызывал опасения: «Эта история – вызов для высшей школы, для классической системы аттестации. Нейросеть создает тексты, которые проходят антиплагиат. Нужно вырабатывать педагогические и технические приемы, которые помогут

¹ Peri L. What's New in Artificial Intelligence from the 2023 Gartner Hype Cycle // Gartner. 17.08.2023. URL: <https://www.gartner.com/en/articles/what-s-new-in-artificial-intelligence-from-the-2023-gartner-hype-cycle> (дата обращения: 05.08.2024).

² Студенты российских вузов рассказали, как именно применяют нейросети в учебе // Skillbox. 25.08.2023. URL: <https://skillbox.ru/media/education/studenty-rossiyskikh-vuzov-rasskazali-kak-imenno-primenyayut-neyroseti-v-uchebe/> (дата обращения: 05.08.2024).

преподавателям распознать подобный “подлог”³ – то за год восприятие изменилось. Во-первых, сервис «Антиплагиат» быстро смог внедрить проверку на использование машинно-сгенерированных текстов, а во-вторых, некоторые вузы легализовали использование ИИ для определенных задач: сбора, анализа и обобщения данных, проверки текста на ошибки и так далее. Эксперимент оказался удачным: из тех, кто использовал нейросеть для написания дипломной работы (среди них есть и студенты направления «Медиакоммуникации»), больше половины получили высший балл⁴.

Тренд на либерализацию учебной и научно-исследовательской деятельности с использованием ИИ объясняется тем, что его преимущества стало невозможно игнорировать. Декан факультета технологического менеджмента и инноваций ИТМО Андрей Анфиногенов замечает, что ИИ сильно ускорил написание текста, из-за чего освободилось время для практической работы и исследований⁵. Традиционное представление о том, что исследователь должен стремиться развивать научное знание и использовать достижения прогресса науки, заставляет начинать формировать «четкие конвенции, регулирующие возможности применения нейронных сетей в научно-исследовательской практике» [1, с. 11].

Потенциал ИИ предстоит раскрыть еще шире, но для этого требуются специалисты. Поэтому создание соответствующих программ в вузах вполне закономерно. «Яндекс», например, начал с проведения на факультете журналистики МГУ творческой мастерской, а уже через месяц после этого объявил об открытии магистерской программы «Искусственный интеллект и большие данные в медиакоммуникациях», на которой будут готовить специалистов с навыками работы с генеративными нейросетями. Елена Вартанова, декан факультета журналистики МГУ, так описывает причину этой коллаборации: «Технологическая трансформация медиакоммуникационной индустрии ставит перед профильными вузами новые вызовы. Мы просто не можем позволить себе игнорировать происходящее. Искусственный интеллект – уже значимая для профессионалов реальность»⁶.

МГУ созданием такой программы задает новый стандарт профессий, связанных с медиакоммуникациями. Умение работать с нейросетями вскоре станет таким же необходимым навыком в резюме любого работника этой сферы, каким сейчас является владение компьютером.

Итак, БЯМ уже меняют подходы к организации образовательной деятельности будущих работников в сфере медиа. Таким образом постепенно решаются проблемы, мешающие внедрению БЯМ в медиа: нехватка специалистов и непонимание принципов работы с моделями.

Изменения в медиасфере, вызванные использованием БЯМ, неизбежно ведут к трансформации роли человека в процессе создания медиаконтента. Компьютерная отчетность (computer assisted reporting) и связанная с ней автоматизированная журналистика в течение долгого времени была доступна только крупным медиа, преимущественно зарубежным [2, с. 654–655]. А технологии анализа и генерации текста в отечественных медиакоммуникациях были слишком дорогими и восприни-

³ Абрамов А. Нейросеть за один вечер написала диплом за российского студента // Комсомольская правда. 01.02..2023. URL: <https://www.msk.kp.ru/daily/27460/4714947/> (дата обращения: 18.08.2024).

⁴ Российские студенты впервые успешно защитили дипломы с помощью нейросети // ТАСС. 07.08.2024. URL: <https://tass.ru/obschestvo/21548197> (дата обращения: 14.08.2024).

⁵ Там же.

⁶ Яндекс и МГУ подготовят специалистов по медиакоммуникациям с навыками работы с генеративными нейросетями// Яндекс. 25.04.2024. URL: <https://yandex.ru/company/news/01-25-04-2024> (дата обращения: 28.07.2024).

мались как «необязательная трата бюджета редакции» [3, с. 61]. В текстах наблюдалось много ошибок, неточностей и логических проблем. БЯМ сильно удешевили генерацию текста и сделали такие инструменты рентабельными, при этом расширив количество выполняемых задач.

Традиционное разделение медиатекста по способу производства на авторский и коллегиальный [4, с. 35] сильно размывается. Указание на индивидуальное авторство не гарантирует, что текст от начала и до конца написан одним конкретным человеком, если учесть специфику обучения языковых моделей. Но и выделение сгенерированного медиатекста в отдельную категорию, характеризующую специфику авторства [5, с. 303], не представляется корректной, потому что понятийно-смысловая цельность сгенерированного текста в полной мере может реализоваться лишь под присмотром человека (конкретного или коллегиального автора), который работает с БЯМ. Идеи, которые он вкладывает в промпт, определяют конечный результат генерации.

Раньше специалист самостоятельно выполнял все этапы работы над текстом, а теперь становится наблюдателем, аналитиком и интерпретатором. При этом работа не теряет авторский характер деятельности, но фокус ее меняется: теперь она заключается в постановке задач для БЯМ, формулировании ключевых идей и концепций, критической оценке результатов работы ИИ, проверке и редактировании сгенерированного контента, интерпретации выявленных закономерностей и принятии эффективных стратегических решений. Будущее медиаиндустрии в этом контексте видится как симбиоз человеческого интеллекта и возможностей БЯМ.

Изменения в образовании и трансформация роли человека в процессе создания медиатекста меняют и рынок труда. Мировые исследования показывают, что будут продолжаться сокращаться рабочие места, которые подразумевают рутинные и повторяющиеся задачи⁷. В большинстве случаев БЯМ скорее повышает эффективность работника, а не заменяет его⁸, но люди, которые правильно и эффективно используют ИИ, будут более конкурентоспособны, чем те, кто игнорирует прогресс и не адаптируется к новым условиям и требованиям.

Еще одна функция БЯМ заключается в трансформации языкового устройства медиатекста. Медиатекст испытывает влияние на уровне лексики, стилистики и структуры текстов, потому что БЯМ являются одновременно внешним и внутренним фактором изменения языка.

Начнем с того, что использование БЯМ как инструмента генерации медиатекста приносит новые термины, которые становятся частью обиходного языка. Характерное влияние БЯМ – проникновение в язык новых слов. Также проявляется увеличение и снижение частоты использования, расширение или сужение коннотативного значения определенных слов.

Первое – наиболее понятное и «осознаваемое» влияние. «Нейросеть» в 2023 г. стала словом года, по мнению Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина и портала «Грамота.ру». Слово «промпт» (запрос, инструкция или подсказка нейросети) успело интегрироваться в язык и стало самостоятельной лексической единицей. Отмеченное Кембриджским словарем слово *hallucinate* в русском языке

⁷ World Economic Forum. Jobs of Tomorrow: Large Language Models and Jobs // World Economic Forum. Sept. 2023. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Jobs_of_Tomorrow_Generative_AI_2023.pdf (дата обращения: 18.08.2024).

⁸ Чепурнова Д. Заменит ли ChatGPT копирайтеров: спросили у главредов и руководителей агентств // Skillbox. URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/zamenit-li-chatgpt-kopirayterov-sprosil-u-glavredov-i-rukovoditeley-agentstv/> (дата обращения: 28.08.2024).

проявилось как «галлюцинировать», и медицинский термин «галлюцинация» в соответствующей языковой среде теперь больше ассоциируется с бредом и выдумкой нейросети, чем с образом в человеческом сознании.

Подобное проникновение слов имеет нестандартно широкое влияние. Эти слова уже нельзя отнести к жаргонизмам и профессионализмам. Они использовались как термины специалистов по нейросетям, и это был довольно узкий круг людей, но легкий доступ к таким технологиям, простота их использования и постоянное употребление в медиа сделало их частью повседневного языка.

Но влияние БЯМ на медиапространство будет и более глобальным. Даже если при разделении на внешние и внутренние факторы изменения языка считать точкой отсчета не сам язык, отказываясь от классического дуализма в языкознании, а человека – как мыслящего и использующего язык субъекта [6, с. 123] (то есть внутренние причины языковой эволюции связывать именно с деятельностью человеческого мышления), то причины изменений в языке под влиянием БЯМ нельзя квалифицировать только как внешние. БЯМ становятся внутренней причиной изменения языка как самостоятельные субъекты, использующие язык и имитирующие деятельность человеческого мышления.

Отследить такое влияние трудно, но, основываясь на знаниях о механизме работы БЯМ, можно прогнозировать его. Процесс генерации текста предполагает, что все тексты имеют структуру, которую можно представить в виде чисел и формул. Выявляя и обобщая паттерны в больших объемах текстовых данных, языковая модель может генерировать новый текст. БЯМ работают с вероятностями и анализируют частоту использования слов и фраз в различных контекстах, предсказывая следующее слово в предложении. В результате, когда модель генерирует новый текст, она выбирает наиболее вероятные варианты связанных между собой слов и фраз.

С точки зрения влияния на язык это приводит к стандартизации, унификации и ограничению языкового разнообразия. БЯМ склонны использовать наиболее распространенные, статистически вероятные и стереотипные языковые конструкции, ориентируясь на данные из обучения. Редкие слова или идиомы могут появляться в тексте, если промпт подразумевает их использование, но в среднем модель старается любой текст упростить и сделать понятным для обобщенного пользователя, в некотором смысле угождая ему.

С другой стороны, такой механизм работы оказывает благотворное влияние на медиатекст, потому что позволяет БЯМ исправлять грамматические и орфографические ошибки или опечатки, а также хорошо работать со структурой текста. Структурность можно определить как один из признаков сгенерированного текста: большинство БЯМ могут грамотно разбивать содержимое на заголовки и параграфы, обеспечивая логическую последовательность и удобочитаемость, внедряя формальные элементы: списки, цитаты, инфобоксы и таблицы.

Что касается смыслового наполнения медиатекста, то мы уже отметили, что результат генерации определяют идеи, которые вложены в промпт. Алгоритмы работы, лежащие в основе БЯМ, могут обеспечить в большей степени поверхностную структурность, реализующуюся в формально-грамматической связности – когезии. Текст может выглядеть убедительным, правильным и логично выстроенным, но включать ложную информацию, выдуманные факты или просто аккуратно оформленную бессмыслицу. Правильное построение текста не гарантирует когерентность, то есть семантико-прагматическую связность [7]. Уже сейчас в Интернете много нейросетевого контента с галлюцинациями

ненадежных моделей. Это проблема не только для людей, которые ищут информацию, но и будущего обучения БЯМ. Такое явление называется «коллапс модели» – когда генеративная модель использует для обучения свои же тексты или тексты других моделей [8]. Каждый этап подобного обучения все хуже скажется на качестве ответов, и возникает парадокс: без доступа в Интернет модель не получает знаний о мире, а используя знания из Интернета, в том числе сгенерированные ИИ, она начинает «глупеть».

В то же время несправедливо было бы сказать, что БЯМ бесполезны для поиска фактов. Изменения в подходе к поиску информации – это еще одна функция БЯМ в развитии медиакоммуникаций. Во многие чат-боты уже встроен интернет-поиск, и при генерации фактической информации модель может показать ссылки на источники. Также есть другой способ реализации технологии, когда в поисковые системы встраиваются БЯМ. Например, «Нейро» от «Яндекса» – сервис, который объединяет возможности поиска и БЯМ – показывает список источников и синтезируют информацию из них. В некоторых подобных системах есть возможность искать только по академическим источникам. Найти информацию становится в разы проще, но при этом необходимость проверять информацию, конечно, не исчезает. Пересказанные данные из источников всегда требуют перепроверки, а выдача сильно зависит от алгоритмов поисковой системы, которая может быть ангажированной, но возможность работы со множеством источников, их фильтрация и выбор однозначно упрощают поиск.

Теперь обратимся к конкретным примерам использования БЯМ в медиакоммуникациях. Границы отдельных сфер медиакоммуникаций достаточно условны: электронная коммерция, например, тесно переплетена с маркетингом, а маркетинг – с медиакоммуникациями. Парадокс доступности информации также становится проблемой – мы можем анализировать факты использования БЯМ, о которых открыто заявлялось. Эти факторы препятствуют выявлению использования БЯМ в медиакоммуникациях. И все же в данном исследовании мы определяем медиакоммуникации в самом широком смысле – как процесс передачи информации и обмена ею через различные средства массовой коммуникации, поэтому для анализа медиасреды мы рассмотрим сферы журналистики, рекламы и связей с общественностью.

Консалтинговая компания «Яков и партнеры» провела исследование «Искусственный интеллект в России – 2023: тренды и перспективы», которое показало, что российский бизнес осторожно внедряет генеративный ИИ: 20% компаний используют ИИ, из них 12% определили приоритеты, а 27% – точно экспериментируют⁹. 94% компаний в качестве ключевого эффекта от внедрения выделяют сокращение затрат.

БЯМ от OpenAI (GPT-4, GPT-3.5) используют 100% из тех, кто применяет генеративный ИИ, но преимущество отечественных моделей для русскоязычной аудитории кроется в более качественной генерации текстов на русском языке, и около 80% респондентов предпочитают YandexGPT для решения задач по работе с текстами. Чаще всего генеративный ИИ внедряют в сферы маркетинга и продаж (66% внедрений) и клиентского сервиса (54%).

Наиболее крупные и влиятельные игроки на рынке ИИ в России – «Сбер» и «Яндекс». Они же являются основными поставщиками генеративных нейросетей, предоставляя компаниям доступ к своим БЯМ через API-интерфейсы.

⁹ Искусственный интеллект в России – 2023: тренды и перспективы // Яков и Партнеры. URL: <https://yakovpartners.ru/publications/ai-future/> (дата обращения: 28.07.2024).

«Яндекс» выделяет наиболее популярные сценарии использования своих БЯМ, из которых для исследования мы выбрали те, что прямо или косвенно связаны с рекламой, маркетингом и связями с общественностью¹⁰:

- Автоматизация клиентской поддержки. Например, Ralf Ringer использует нейросеть для ответов на вопросы и отзывы, анализируя тональность, тему, контекст.
- Оптимизация обработки и анализа данных. Сервис Napoleon IT использует YandexGPT API как инструмент конкурентного анализа, который за 20 минут может проанализировать более 50 тысяч отзывов и выявить, чем именно недовольны клиенты.
- Упрощение работы с документами и поиска информации. «ДОМ.РФ» с помощью нейросети отслеживает новостной фон инвестиционно-строительной темы.
- Решение креативных задач. Сервис для управления бизнесом «Битрикс24» использует для своего ИИ-ассистента CoPilot сразу несколько БЯМ. Они помогают переводить тексты и заполнять формы, ставить задачи и создавать чек-листы, придумывают и критикуют идеи, расшифровывают записи разговоров с покупателем. Также с помощью YandexGPT продавец может создавать описание товаров на «Яндекс Маркете», опираясь на данные из карточки товара.

Похожие сценарии использования выделяет и «Сбер» в описании GigaChat API¹¹. GigaChat также может проконсультировать клиента по продуктам и услугам и собрать обратную связь, сделать рерайт пресс-релиза или подготовить статью в заданном стиле, быстро найти информацию в большом документе или помочь написать текст.

Что касается использования БЯМ в журналистике, то наиболее показательна в этом контексте история об американском журналисте из Вайоминга, которого уличили в использовании ИИ из-за поддельных цитат в статьях¹². Журналист из конкурирующего издания начал подозревать, что статьи пишет чат-бот – они были слишком «роботизированными». Но окончательно обман был раскрыт, только когда в конце одной из статей появился текст, где чат-бот объяснял структуру статьи. Далее вскрылись и выдуманные цитаты, которые никогда не произносились. При этом «авторы» цитат отметили их правдоподобность. Этот случай демонстрирует, что БЯМ способна сгенерировать новостной текст, придумать правдоподобную информацию без фактической основы, при этом понимая структуру подобного текста и оформляя его правильно. По крайней мере, на английском языке смысловая целостность, связность и грамотность текстов находится на таком уровне, что остается только подозревать журналиста в использовании сгенерированных текстов. Вопрос добросовестности и журналистской этики в таких условиях становится еще более острым.

Профессиональный подход демонстрирует норвежская медиагруппа Amedia Norway. На вебинаре Всемирной газетной и новостной ассоциации она показала, как, объединяя возможности нескольких БЯМ, создает безопасную среду – песочницу, в которой журналисты отдельных местных редакций могут экспериментировать с генеративными инструментами. Песочница представляет собой объединенный интерфейс нескольких БЯМ, адаптированный под нужды медиакомпаний

¹⁰ Дологов А. Генерирует ответы на отзывы и создаёт описания товаров: как GPT помогает российскому бизнесу // Yandex Cloud. 22.05.2024. URL: <https://yandex.cloud/ru/blog/posts/2024/05/gpt-and-business> (дата обращения: 18.08.2024).

¹¹ GigaChat API – искусственный интеллект в вашем продукте // Sber. URL: <https://developers.sber.ru/portal/products/gigachat-api> (дата обращения: 18.08.2024).

¹² Hanson A. B. Wyoming reporter caught using artificial intelligence to create fake quotes and stories // Associated Press. 14.08.2024. URL: <https://apnews.com/article/artificial-intelligence-reporter-resigns-journalism-ed076e2f276d9811f3b9ba051a03b7ae> (дата обращения: 15.08.2024).

и учитывающий специфику ее работы. Основная задача такого инструмента – работа коллектива в пределах одной экосистемы, которая формирует «коллективное сознание журналистов Amedia»¹³. В таком варианте использования остается возможность контролировать работу всех редакций. Естественно, что это ведет к указанной выше унификации и стандартизации языка, но участие в эксперименте остается добровольным, к тому же журналист волен редактировать текст. Кроме стандартных вариантов использования, здесь интересен подход к фактчекингу и борьбой с галлюцинациями. Маркус Раск Дженсен, директор отдела новостей Amedia, объясняет, что галлюцинации появляются из-за того, что модель «предсказывает» текст, но если закрепить источник, на который она будет ссылаться, а не пытаться искать информацию в ее обучающих данных, то можно проверять факты¹⁴. БЯМ может сверять текст с источником, и это наиболее надежный способ работы, пока галлюцинации не предотвращены. Обучающие данные в этом контексте нужны модели не для того, чтобы отвечать на фактический вопрос, а чтобы генерировать ответ на естественном языке.

Отечественный опыт также доказывает, что именно такой подход на данный момент наиболее эффективный и надежный. Интересный пример использования ИИ демонстрирует РБК. Сначала они протестировали БЯМ «Сбера» (в виде чат-бота GigaChat) как помощника в пересказах статей, посвятив ИИ целый номер газеты¹⁵, а затем сделали колонку Ивана Кремнева – «оркестра из нейросетей, каждая из которых хорошо решает узкую задачу». Поиском материала для статьи занимается человек, а нейросеть выполняет задание редакции как журналист-новостник, компилируя факты и правильно их упаковывая в статью. Такая антропоморфизация, где ИИ выступает как «полноправный создатель контента с собственным именем»¹⁶, позволяет отделять деятельность журналиста-человека от работы нейросети. Все статьи Ивана Кремнева имеют единую структуру из двух разделов: «Что происходит» и «Что это значит». Очевидно, что промпт искусственно ограничивает свободу нейросетевого журналиста, но это говорит о том, что пока это оптимальный вариант использования БЯМ на русском языке как полноправного и самостоятельного автора. Подобный вариант использования БЯМ становится скорее самоцелью и экспериментом в медиа, который призван продемонстрировать возможности нейросетей.

Отдельно стоит упомянуть о «любительской» журналистике и примыкающей к ней блогосфере. В Интернете появилось множество мануалов, как с помощью нейросетей, в частности БЯМ, можно создавать простой контент и зарабатывать на нем посредством монетизации. Подобные материалы способствуют тому, что медиа наполняются довольно посредственным контентом, ведь благодаря нейросетям время между появлением идеи и ее воплощением в жизнь уменьшается. При этом большинство блогеров и инфлюенсеров не афишируют, что работают с нейросетью¹⁷. Инструменты, ранее доступные лишь крупным

¹³ Campbell C. Freeing up newsroom time: How Amedia's AI sandbox will allow reporters to do more // WAN-IFRA. 18.03.2024. URL: <https://wan-ifra.org/2024/03/freeing-up-newsroom-time-how-amedias-ai-sandbox-will-allow-reporters-to-do-more/> (дата обращения: 20.08.2024).

¹⁴ Там же.

¹⁵ РБК. 2023. № 61. 28.04.2023. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2023/04/28> (дата обращения: 18.08.2024).

¹⁶ Написано ИИ // РБК Тренды. URL: https://trends.rbc.ru/trends/tag/by_ai (дата обращения: 13.08.2024).

¹⁷ Наянзин А. Будущее социальных медиа: как искусственный интеллект меняет правила игры // Forbes. 27.04.2023. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/488423-budusee-social-nyh-media-kak-iskusstvennyj-intellekt-menaet-pravila-igry> (дата обращения: 30.08.2024).

компаниям, теперь может использовать каждый человек, а единственное препятствие – авторское право на цифровой контент, которое в большинстве случаев принадлежит сервису¹⁸, – попросту игнорируется, пока компании – поставщики БЯМ не выработали четких механизмов масштабного отслеживания своих материалов.

Несмотря на то, что БЯМ отлично справляются с обработкой больших объемов данных и их преобразованием в читабельный текст, тексты, требующие глубокого анализа, оригинальных идей, эмоционального воздействия, по-прежнему остаются прерогативой человека. Креативность ограничивается описательными текстами, в основе которых лежит какая-либо фактическая информация, уже написанная или найденная человеком. Это хорошо демонстрирует опыт написания рассказов в соавторстве с нейросетью. Комментарии писателей экспериментального сборника «Механическое вмешательство», который состоит из 15 рассказов, написанных при участии виртуального ассистента Алисы с YandexGPT, показывают, что БЯМ хорошо работает с информацией, но фантазия и креативность ограничена: «[Нейросеть] создает универсальные и блеклые истории <...> Зато прекрасно справляется с поиском, отлично компилирует информацию и экономит кучу времени на ресёрч»; «[Нейросеть] строит самые причудливые конструкции из всевозможных кубиков и элементов лего, но сама кубик или элементик не придумает, не отольет и не выстругает. Она лепит шаблоны – а смысл прозы, особенно в малой форме, шаблоны рвать и вводить новые. И тут пока не обойтись без “кожаного мешка”»¹⁹.

Отдельно стоит сказать о юморе как одном из элементов креативности. Несмотря на позитивные прогнозы создателей, на пилотном выпуске закончился ситком от телеканала СТС «Сидоровы» – первый в мире сериал, сценарий которого был написан нейросетью. Модель A.I. TV Script Generator создавалась специально для написания сценариев: в ее основе ruGPT-3 от «Сбера», которую дообучили на сценариях сериалов СТС. Шутит нейросеть скорее ненамеренно: «Шутки появляются за счет странной логики происходящего, за счет того, что диалог логичен, но будто бы идет немножко не впопад. Плюс она [нейросеть] использует гэги из уже написанных ранее сценариев и вставляет в неожиданные места – это тоже получается забавно»²⁰. Такой способ взаимодействия с БЯМ, при котором модели делегировали написание полноценного сценария, интересен как информационный повод и эксперимент, но становится понятно, что качественный сценарий БЯМ написать не может.

Эти примеры доказывают, что человеческая креативность представляет собой что-то большее, чем набор численных величин, которые можно вычленишь из написанных текстов. Тесты когнитивных способностей современных БЯМ [9] говорят о гиперрациональности их рассуждений, а вот абстрактное мышление у них довольно ограничено. Навыки рассуждения БЯМ часто переоцениваются, а запоминание не всегда помогает им в контрфактических сценариях [10], о чем говорит исследование MIT.

¹⁸ Воркшоп Ростелекома «Как искусственный интеллект меняет журналистику: от сбора информации до создания контента»: [ведущий Кирилл Меньшов] // VK Видео: РБК Events. URL: https://vk.com/video-210979312_456239289 (дата обращения: 01.09.2024).

¹⁹ Даша Благова, Яна Вагнер и... Алиса о «Механическом вмешательстве» // Альпина нон-фикшн. 30.07.2024. URL: <https://nonfiction.ru/stream/dasha-blagova-yana-vagner-i...-alisa-o-mexanicheskom-vmeshatelstve> (дата обращения: 08.09.2024).

²⁰ Антонова Е. Как алгоритм написал ситком: говорим с создателями нейросети-сценариста // РБК Тренды. 09.06.2022. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/62a1ac229a7947657866b1f8> (дата обращения: 01.09.2024).

Теперь суммируем все вышесказанное. В ходе работы мы идентифицировали пять основных функций БЯМ в развитии современных медиакоммуникаций и рассмотрели примеры использования. Внедрение БЯМ стимулирует переосмысление традиционных подходов к работе в медиасфере: они выступают в роли катализатора трансформационных процессов в образовательной сфере, модифицируют роль человека в создании медиатекста, оказывают существенное воздействие на рынок труда, а также влияют на языковое устройство и методологию поиска информации. Наблюдаемые изменения, направленные на автоматизацию и повышение эффективности, затрагивают широкий спектр специальностей, прямо или косвенно связанных с созданием медиаконтента.

Данная технология значительно оптимизирует и ускоряет многие процессы в медиакоммуникациях. Однако эффективное применение БЯМ возможно только при наличии соответствующих компетенций и навыков, а также при адекватном понимании потенциала и ограничений этих систем.

На текущем этапе развития технологии основными сферами применения БЯМ являются обработка информации и генерация типовых текстов, но потенциал этого инструмента еще предстоит полностью раскрыть и осмыслить.

БЯМ не замещают человека, а выступают в качестве инструмента, который открывает новые перспективы и создает новые вызовы для современных медиакоммуникаций. Можно заключить, что влияние БЯМ многоаспектно, глубоко и многогранно.

В контексте дальнейших исследований представляется целесообразным более детальное изучение последствий внедрения БЯМ в медиакоммуникации, в частности, их влияния на когнитивные процессы аудитории и трансформацию процесса медиапотребления. Также актуальным направлением является анализ этических аспектов применения БЯМ в медиакоммуникациях, включая вопросы авторства, достоверности информации и потенциальной манипуляции общественным мнением.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тихонова Е. В. ChatGPT в контексте научной коммуникации // Хранение и переработка сельхозсырья. 2023. № 3. С. 8–12. DOI: <https://doi.org/10.36107/spfp.2023.518>.
2. Суходолов А. П., Бычкова А. М., Ованесян С. С. Журналистика с искусственным интеллектом // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8, № 4. С. 647–667. DOI: [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(4\).647-667](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(4).647-667).
3. Крашенинникова М. А., Барабанова А. А. Автоматизированный текст в современной российской медиапрактике // Меди@льманах. 2022. № 5 (112). С. 56–62.
4. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. М.: КДУ, Добросвет, 2020. 180 с. DOI: <https://doi.org/10.31453/kdu.ru.91304.0107>.
5. Трофимова С. С. Авторство в системе типоформирующих признаков медиатекста // Реклама, PR и медиа: современное состояние и перспективы развития: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 19 марта 2024 г. СПб.: Центр научно-информационных технологий «Астерион», 2024. С. 299–304.
6. Мистюк Т. Л. Вопрос о причинах эволюции языка в современной лингвистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2011. № 4 (11). С. 120–124. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2011_4_32.pdf (дата обращения: 24.08.2024).
7. Величко М. А. Когезия и когерентность: особенности разграничения и определения понятий // Вестн. Адыгейского гос. ун-та. Сер. 2: Филология и искусствоведение. 2016. № 4 (177). С. 39–43.
8. AI models collapse when trained on recursively generated data / I. Shumailov, Z. Shumaylov, Y. Zhao [et al.] // Nature. 2024. Vol. 631. P. 755–759. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41586-024-07566-y>.

9. Hagendorff T., Fabi S., Kosinski M. Thinking Fast and Slow in Large Language Models // arXiv. URL: <https://arxiv.org/abs/2212.05206> (дата обращения: 05.08.2024).
10. Reasoning or Reciting? Exploring the Capabilities and Limitations of Language Models Through Counterfactual Tasks / Z. Wu, L. Qiu, A. Ross [et al.] // arXiv. URL: <https://arxiv.org/abs/2307.02477> (дата обращения: 27.07.2024).

REFERENCES

1. Tikhonova E. V. ChatGPT v kontekste nauchnoy kommunikatsii. *Khranenie i pererabotka selkhozrya*. 2023, No. 3, pp. 8–12. <https://doi.org/10.36107/spfp.2023.518>.
2. Sukhodolov A. P., Bychkova A. M., Ovanesyan S. S. Zhurnalistskiy intellektom. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2019, Vol. 8, No. 4, pp. 647–667. DOI: [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(4\).647-667](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(4).647-667).
3. Krashenninnikova M. A., Barabanova A. A. Avtomatizirovannyi tekst v sovremennoy rossiyskoy mediapraktike. *Medi@lmanakh*. 2022, No. 5 (112), pp. 56–62.
4. Dobrosklonskaya T. G. Medialingvistika: teoriya, metody, napravleniya. Moscow: KDU, Dobrosvet, 2020. 180 p. DOI: <https://doi.org/10.31453/kdu.ru.91304.0107>.
5. Trofimova S. S. Avtorstvo v sisteme tipofirmiruyushchikh priznakov mediateksta, Reklama, PR i media: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya. *Proceedings of International scientific-practical conference, St.-Petersburg, 19 Mar. 2024*. St.-Petersburg: Tsentr nauchno-informatsionnykh tekhnologiy “Asterion”, 2024. Pp. 299–304.
6. Mistyuk T. L. Vopros o prichinakh evolyutsii yazyka v sovremennoy lingvistike. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2011, No. 4 (11), pp. 120–124. Available at: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2011_4_32.pdf (accessed: 24.08.2024).
7. Velichko M. A., Kogeziya i kogerentnost: osobennosti razgranicheniya i opredeleniya ponyatiy. *Vestn. Adygey-skogo gos. un-ta*. Ser. 2: Filologiya i iskusstvovedenie. 2016, No. 4 (177), pp. 39–43.
8. Shumailov I., Shumaylov Z., Zhao Y. et al. AI models collapse when trained on recursively generated data. *Nature*. 2024, Vol. 631, pp. 755–759. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41586-024-07566-y> (accessed: 24.08.2024).
9. Hagendorff T., Fabi S., Kosinski M. Thinking Fast and Slow in Large Language Models. Available at: <https://arxiv.org/abs/2212.05206> (accessed: 05.08.2024).
10. Wu Z., Qiu L., Ross A. et al. Reasoning or Reciting? Exploring the Capabilities and Limitations of Language Models Through Counterfactual Tasks. Available at: <https://arxiv.org/abs/2307.02477> (accessed: 27.07.2024).

Короткевич Михаил Александрович, аспирант кафедры журналистики и медиакоммуникаций им. В. А. Славиной Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет

e-mail: korotkevitch.mihail@yandex.ru

Korotkevich Mikhail A., PhD post-graduate student, Journalism and media communications Department named after V. A. Slavina, Institute of Journalism, Communications and Media Education, Moscow Pedagogical State University

e-mail: korotkevitch.mihail@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 30.09.2024

The article was received on 30.09.2024