

**Использование технологий на основе искусственного интеллекта в процессе создания медиаконтента**

**Научный руководитель – Миловидов Станислав Вячеславович**

***Коршунова Дарья Алексеевна***

*Студент (магистр)*

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Москва, Россия

*E-mail: dasharik\_tver@mail.ru*

В современном мире значительно увеличивается информационный поток, что создает новые вызовы для медиа с точки зрения поиска, обработки и предоставления релевантного контента для своей аудитории. Теперь качество работы медиа зачастую сильно зависит от уровня технической оснащенности и использования новых технологий для достижения лучшего результата, например, в оперативности предоставления информации. Технологии на основе искусственного интеллекта (далее — ИИ-технологии) становятся одним из основных инструментов, которые позволяют усовершенствовать работу с большими данными и текстовой информацией.

ИИ-технологии могут применяться в значительной части процессов в медиа. Они могут быть использованы для поиска, обработки и систематизации информации, для дальнейшей ее архивации, для написания и корректировки текстов, фактчекинга и борьбы с фейковыми новостями, для генерации видеоматериалов, аудиоматериалов и изображений, для повышения эффективности дистрибуции контента, а также для других рутинных бизнес-процессов, например, финансового планирования.

Остановимся на одном из ключевых процессов в работе любого медиа — производстве контента. Главной его проблемой является объем затрачиваемых временных и человеческих ресурсов. Рассмотрим отдельно создание текстов, изображений и видео.

При использовании ИИ-технологии можно сократить объем новостей, для создания которых реально требуется присутствие человека. Контент медиа в идеале должен быть нейтрально-объективным, что является преимуществом для внедрения искусственного интеллекта.

Использование алгоритмов для планирования, публикации и уточнения контента обычно применяется для создания историй, основанных на данных. В большей степени это материалы, связанные с преступлениями, стихийными бедствиями, выборами, финансами и спортом. Так, The Washington Post опубликовала 850 автоматизированных статей в 2016 году [5]. Сервис Copymatic [3] на базе искусственного интеллекта автоматически создает уникальные и высококачественные тексты, которые могут использоваться для авторских блогов, сайтов, социальных сетей и маркетинга. На данный момент он доступен на пяти языках — английском, испанском, французском, немецком и хинди.

Китайское информационное агентство Xinhua использовало компьютерное зрение в сочетании с другими ИИ-технологиями, чтобы перестроить работу отдела новостей [5]. Это позволило объединить возможности человека и машины для создания репортажей в режиме реального времени.

Логичным продолжением процесса написания текстов является их корректировка. Главная ее цель — проверить материал на наличие разного рода ошибок и при возможности улучшить его. Человек может не заметить опечатки или ошибки, а правильно настроенный искусственный интеллект может в этом помочь. Например, русскоязычный сайт

Главред [2] позволяет улучшить текст, исправив ошибки и повысив его читаемость. Для англоязычных текстов широко используется сервис Grammarly [6].

Современные технологии также позволяют создавать изображение для материалов, исходя из ключевых слов. Преимуществом является возможность создания нейтральных иллюстраций для материалов, которые не требуют демонстрации реальных объектов. Кроме того, создание изображений с помощью ИИ-технологий снимает вопрос авторского права и имеющихся в связи с этим сложностей. Одним из ведущих генераторов изображений на базе ИИ стал DALL-E 2 [4], разработанный командой OpenAI.

Однако в применении этой технологии могут быть и негативные последствия для медиа. Одна из задач медиа — предоставлять достоверную информацию, а сгенерированное изображение может вводить в заблуждение. Например, если для текста о военных действиях будет использовано сгенерированное изображение, а не реальная фотография. Тем не менее, иллюстрации, созданные искусственным интеллектом, могут использоваться для таких материалов, как «Цены на молоко выросли на 10%». Изображение будет показывать абстрактную упаковку молока, а не брендированные упаковки отдельных производителей, которые могут быть расценены как реклама.

При работе с видео также могут быть использованы инновационные технологии. Так, современные программы позволяют создавать видеонews на основе текстовой информации. Искусственный интеллект анализирует имеющиеся данные и сверяет их с исходными видеоматериалами, после чего начинается монтаж, а на выходе получается видео, соответствующее тексту.

Также искусственный интеллект может создавать видео с цифровым ведущим, который озвучивает необходимый текст. Цифровой аватар ведущего может быть сгенерирован по запросу пользователя. Такую услугу предоставляет, например, компания Synthesia [7], среди клиентов которой Reuters и BBC. В России цифрового ведущего создал Сбер. Его визуальный персонаж Елена даже стал со-ведущим для телеканала РБК в 2021 году [1]. Сгенерировать видео с участием цифрового персонажа можно на платформе Visper [8].

На данный момент большинство ИИ-технологий отвечает на узкоспециализированные задачи, которые есть в процессах медиа. Однако большой перспективой обладают системные решения на базе искусственного интеллекта, которые смогут комплексно удовлетворять потребности медиа.

### Источники и литература

- 1) Визуальный персонаж от Сбера Елена стала соведущей телеканала РБК // Sberdevices. URL: [https://sberdevices.ru/press/detail/vizualnyi\\_personaz\\_ot\\_sbera\\_elena\\_stala\\_sovedushhei\\_telekanala\\_rbk/](https://sberdevices.ru/press/detail/vizualnyi_personaz_ot_sbera_elena_stala_sovedushhei_telekanala_rbk/) (дата обращения: 15.12.2022).
- 2) Главред. URL: <https://glvrd.ru/> (дата обращения: 14.12.2022)
- 3) Copymatic. URL: <https://copymatic.ai> (дата обращения: 14.12.2022)
- 4) DALL-E 2 // Open AI. URL: <https://openai.com/dall-e-2/> (дата обращения: 14.12.2022)
- 5) De-Lima-Santos M.-F., Ceron W. Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook // Journal. Media.— 2022. №3.— 15 p. URL: [https://www.researchgate.net/publication/355044842\\_Artificial\\_Intelligence\\_in\\_News\\_Media\\_Current\\_Perceptions\\_and\\_Future\\_Outlook](https://www.researchgate.net/publication/355044842_Artificial_Intelligence_in_News_Media_Current_Perceptions_and_Future_Outlook) (дата обращения: 10.12.2022)
- 6) Grammarly. URL: <http://grammarly.com/> (дата обращения: 14.12.2022)
- 7) Synthesia. URL: <https://www.synthesia.io/> (дата обращения: 15.12.2022)
- 8) Visper. URL: <https://visper.tech/> (дата обращения: 15.12.2022)