

Компьютер и человек – кто кого?

Продолжение. Начало в №№ 7, 8, 9, 10/2023

«Компьютер делает не то, что вы хотите, а то, что вы ему приказываете»

Автор неизвестен

Арсений Ворошилов, по материалам PricewaterhouseCoopers и Microsoft

В предыдущих статьях цикла речь шла в основном об опасениях, связанных с применением искусственного интеллекта в сфере создания медиаконтента, и о проблемах, которые уже появились или ожидаются. Но, как известно, у каждой медали есть две стороны. Генеративный искусственный интеллект – не исключение. Он сулит и широкие возможности, о которых тоже нужно знать. Хорошее исследование на эту тему опубликовали известная в мире аудиторская компания PricewaterhouseCoopers (PwC) и IT-гигант Microsoft. Это исследование легло в основу данной статьи.

В медиаиндустрии работает широкий спектр организаций, имеющих разную специализацию. Это и создатели контента, и его распространители, и новостные агентства, и кинокомпании (киностудии), и структуры музыкальной направленности, а также тематические парки, спортивные и развлекательные комплексы. У каждой из этих организаций свои проблемы, задачи и способы их решения. Но есть и нечто общее. Прежде всего это конкуренция со стороны растущего числа потоковых и цифровых платформ, которая обострилась, как никогда ранее. Как следствие, усиливающаяся фрагментация аудитории, которой нужно все больше интересного контента, и чтобы он появлялся все быстрее и быстрее.

В связи с этим появляется задача защищенного создания и доставки контента с одновременным удовлетворением потребительских запросов и реагированием на привычки потребления этого контента, которые, похоже, могут меняться чуть ли не ежедневно. Задача определенно не из простых, а потому и простое решение найти вряд ли получится.

Но решение все же есть, и найти его поможет генеративный искусственный интеллект (GenAI). Понимание этого уже пришло к большинству руководителей компаний, занятых в секторе технологий, СМИ и телекоммуникаций. 67% из них признают, что новые технологии, такие как GenAI, оказывают воздействие на применяемые ими в настоящее время бизнес-модели. В течение ближайших 3...5 лет все больше руководителей планируют внедрить новые технологии в свои бизнес-модели, и эта задача для них имеет наивысший стратегический приоритет по сравнению со всеми остальными. Фактически 84% директоров по информационным технологиям и 81% управляющих директоров планируют начать применение GenAI для формирования новых бизнес-моделей в ближайшие год-полтора.

Применительно к СМИ GenAI меняет методы создания контента, причем на протяжении всей технологической цепи – от подготовки и производства до распространения и маркетинга. Новая технология помогает многим снизить производственные расходы и сократить производственный цикл, параллельно формируя возможности для «умных» платформ доставки, которые специализируются на предоставлении персонализированного контента искушенной и требовательной аудитории.

Прежде чем двигаться дальше, не будет лишним еще раз рассмотреть само понятие «генеративный искусственный интеллект». Что же это такое?

Сейчас почти не осталось людей, хоть как-то связанных с технологиями или просто интересующихся ими, которые бы не слышали о таких средствах, как ChatGPT и Bing Chat AI. Но это, честно говоря, технологии бытового уровня, демонстрирующие лишь азы того, на что способен генеративный искусственный интеллект.

Итак, генеративный искусственный интеллект – это ветвь искусственного интеллекта, предназначенная для генериро-

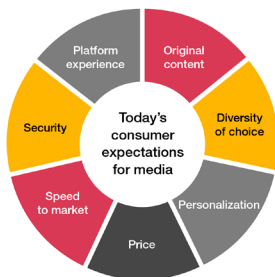


PwC and Microsoft

Generative AI is opening powerful new opportunities for the media and entertainment industry

Here's how to take full advantage of this emerging technology

The world of media and entertainment comprises a wide range of organizations including content creators, content distributors, news, filmed entertainment, music, theme parks, and sports and entertainment districts. While each face markedly different challenges, they all have a few things in common. Competition from a proliferation of streaming and digital platforms is more intense than ever and audiences are increasingly fragmented while expecting new and compelling intellectual property (IP) at a breakneck pace.



Обложка исследования PwC и Microsoft

чистовым монтажом. Далее нужно обеспечить потребителям доступ к вновь созданному контенту. Желательно сделать это наиболее эффективным и эффективным (для привлечения внимания) способом.

Маркетинг предусматривает рекламирование контента с учетом оптимальной для него аудитории по всему миру. И, наконец, вовлечение потребителей контента нужно для того, чтобы сделать этот контент целевым, адресованным именно тем, кому он интересен.

Генеративный искусственный интеллект применим на каждом из этих этапов. На этапе планирования GenAI способен помочь продюсерам выполнить анализ аудитории, разбить сценарий на сцены, выбрать локацию, составить график съемки. Предварительная визуализация силами искусственного интеллекта позволяет художникам и режиссерам быстро и эффективно составить раскадровки.

К примеру, разбиение сценария на сцены и формирование графиков съемок обычно требует от продюсера многих часов работы. Генеративный искусственный интеллект способен автоматизировать львиную долю этой работы, определив такие детали, как актеры и реквизит, необходимые для съемки каждой из сцен, доступность локации и многое другое, освободив линейных продюсеров от рутины и позволив им сосредоточиться на более творческой деятельности.

Не менее эффективен генеративный искусственный интеллект на стадии монтажа и обработки снятого материала. Он способен помочь монтажерам ускорить процесс работы за счет автоматизации таких рутинных процедур, как подрезка видео, обнаружение нужных сцен и цветокоррекция. Благодаря этому появляется возможность экономить время и силы.

Здесь тоже можно привести типичный пример. Монтаж с привязкой к тексту представляет собой удобный способ редактировать текстовое описание видео и вносить нужные изменения. С помощью средств GenAI пользователи могут легко модифицировать текст, добавляя, удаляя или изменяя контент непосредственно в описании. А искусственный интеллект затем обновит соответствующие сегменты видео на основе отредактированного текста, сохраняя точную синхронизацию между транскрипцией и видео. Результат – повышение качества итогового материала.

Что касается этапа доставки готового контента, то GenAI здесь обеспечивает довольно широкий спектр возможностей. В частности, помогает студиям улучшить локализацию контента и формировать обобщения, транскрипции, титры и создавать многоязыковые аудиодорожки дубляжа, чтобы сделать контент доступным для глобальной аудитории. Инструменты поиска и индексации на базе AI позволяют улучшить распознаваемость контента, чтобы пользователи могли быстро находить нужный им контент. Одновременно решается такая задача, как обеспечение соответствия контента тем или иным правовым нормам.

Так, дублирование на разных языках – это одна из ключевых функций, позволяющая сделать контент доступным для глобальной аудитории. Голосовые шрифты Microsoft можно применять для повышения качества дубляжа для широкого набора языков и применительно к любому сценарию. К примеру, новостная служба может тренировать AI на голосах своих ведущих, чтобы монтажеры имели возможность динамически создавать анонсы и обновлять

новости голосом соответствующего ведущего, а время, обычно затрачиваемое на запись этих закадровых текстов, тратить на что-то более ценное.

Не менее важен и маркетинг. GenAI в сочетании с другими AI-сервисами дает специалистам по маркетингу в сфере СМИ эффективные инструменты, такие как более детальная сегментация аудитории и средства целевой работы с ней. Это в свою очередь позволяет проводить персонализированные, предельно адресные кампании, оптимизированные по возрастным группам и интересам. Опираясь на рекомендации, сформированные AI, маркетологи могут доставлять целевой контент и усиливать вовлеченность аудитории, а значит, повышать уровень потребления и самого контента, и рекламируемых в нем товаров и услуг. Кроме того, аналитика на основе AI применима для формирования отчетов о потреблении в режиме реального времени, благодаря чему появляется возможность повышать эффективность рекламных кампаний, принимать взвешенные обоснованные решения и оставаться на острие рыночных тенденций, чтобы максимально быстро и эффективно окупать вложенные в создание контента средства.

Здесь роль искусственного интеллекта сложно переоценить. Человеческому мозгу сложно генерировать идеи и находить взаимосвязи, скрытые за большими объемами данных. А вот для AI эта проблема не свойственна. Учитывая такие факторы, как демография, поведение при просмотре, история покупок и активность в соцсетях, GenAI способен группировать отдельных людей в сегменты на основе общих характеристик и предпочтений. Все это помогает маркетологам оптимизировать систему сообщений, контент и предложения для каждого сегмента, чтобы все это имело наиболее целевой характер, повышая эффективность каждого маркетингового действия.

И, наконец, нужно рассмотреть вовлеченность аудитории. GenAI способен помочь и с этим за счет формирования персонализированных рекомендаций, интерактивности и применения игровых методов. Используя набор когнитивных AI-сервисов, медиаплатформы получают возможность предоставления предложений целевого контента, привлекающего и удерживающего аудиторию, которая глубже вовлекается в просмотр контента и получает большее удовольствие от этого. За счет интерактивности и применения игровых практик, когда зритель становится в определенной степени соавтором экранного действия, AI помогает расширить участие пользователя в процессе создания контента, давая ему – пользователю – ощущение удовольствия и приятных воспоминаний, что способствует надежному удержанию аудитории.

В завершение этой части цикла о плюсах и минусах искусственного интеллекта применительно к медиаиндустрии можно сказать следующее – речь и здесь не шла о замене человеческого разума и свойственного ему творчества искусственным интеллектом. GenAI, во всяком случае, на нынешнем этапе его развития, это не замена творческих специалистов, а помощник для них. Причем помощник неутомимый и практически не ошибающийся. Если, конечно, он был правильно тренирован и используется по назначению.

Продолжение следует