

# Компьютер и человек – кто кого?

Продолжение. Начало в №№ 7, 8/2023

Арсений Ворошилов, по материалам Reuters

Честно скажу, собирался сделать вторую часть материала, посвященного применению искусственного интеллекта в медиаиндустрии, завершающей. Но тема оказалась настолько богатой и многогранной, что нуждается в продолжении публикаций. Основой для данного материала стал отчет агентства Reuters, озаглавленный «Обеспечение достоверности новостей с помощью искусственного интеллекта: ориентирование в настоящем и формирование будущего» (Powering Trusted News with AI: Navigating the present and shaping the future).

Проблема совсем не надуманная, поскольку технологии и методы создания фейковых новостей уже настолько эффективны, что, во-первых, сильно усложняют отделение правды от лжи, а во-вторых, подрывают доверие к новостям в целом. Поэтому верификация информации выходит на первый план и приобретает критическую важность. С учетом огромных объемов информации, которыми приходится оперировать современным журналистам, проверка достоверности фактов вручную уже зачастую просто невозможна.

Все чаще решение этой задачи возлагают на компьютерные системы, «заряженные» алгоритмами искусственного интеллекта. Именно этому и посвящен отчет Reuters. Вклад в создание отчета внесли три ключевых эксперта. Первый из них – это Джейн Барретт, глобальный редактор, ответственный за новостную стратегию в СМИ. Как член руководства

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

Автор неизвестен

редакторским коллективом Джейн отвечает за внедрение редакторских инноваций в новостные системы агентства.

Ник Коэн и его команда тесно взаимодействуют с клиентами Reuters, чтобы лучше понимать их потребности и предлагать соответствующие решения. Он занимает должность старшего директора по продукции.

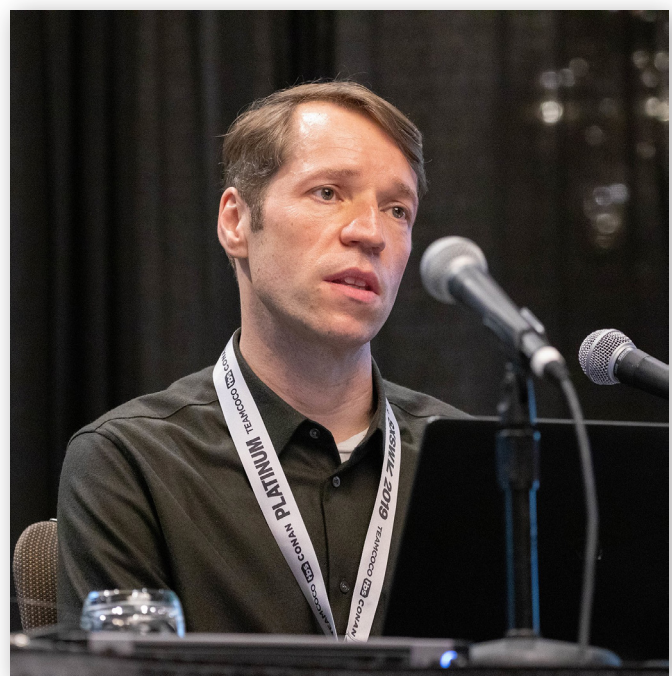
И третий эксперт, участвовавший в формировании отчета, это Юлия Павлова, директор по технологическим инновациям. Обладая степенью доктора философии в сфере научных вычислений, прикладной математики и кибернетики, Юлия возглавляет лабораторию прикладных инноваций Reuters, которая занимается совершенствованием искусственного интеллекта и машинного обучения применительно к корпоративным системам и исследованиями новых технологических возможностей.

Все три эксперта уверены, что AI меняет подготовку и выдачу новостей, да и всю журналистику в целом. И не только – соответственно меняются и ожидания аудитории. Не только профессиональное сообщество, но и все человечество входит в новую эру, контуры которой определяются искусственным интеллектом. Эта новая технология и ее применение сопровождаются неопределенностями и рисками. Но AI также открывает и широкие возможности.

Одной из острых проблем, справедливо привлекающих внимание в силу их негативного влияния на жизнь людей,



Джейн Барретт



Ник Коэн

является дезинформация. Но и скорость, с которой растут возможности искусственного интеллекта, несет не меньший риск, особенно с учетом значительного отставания законодательной базы, регулирующей способы применения машинного обучения и угрозы, которая появляется в плане защиты интеллектуальной собственности компаний и отдельных людей. Проще говоря, серьезные и обоснованные опасения вызывает неприкосновенность авторских прав, но не только – сама личность человека подвергается риску незаконного копирования и использования. Яркий пример – применение AI для генерирования голоса. Да и создание визуальной цифровой копии конкретного человека тоже сегодня не представляет сложности. Все эти риски нуждаются в подробном анализе.

Нет сомнений, что AI способен существенно повысить эффективность подготовки и публикации новостей, а также поднять технологическую планку в масштабах всей медиаиндустрии. Авторы отчета выбрали три ключевых вопроса, касающихся искусственного интеллекта, чтобы дать на них ответы и определить вероятное воздействие на медиаиндустрию и иные сферы деятельности человека.

Вот эти три вопроса:

- ◆ как организации могут использовать AI для того, чтобы кардинально изменить методы работы своих новостных редакций и других бизнес-подразделений?
- ◆ в мире, где AI играет столь важную роль, как можно сохранить доверие и журналистскую честность?
- ◆ какое будущее у AI в медиaprостранстве?

Очевидно, что все три эксперта в своих оценках во многом опираются на опыт Reuters, что, во-первых, не удивительно, а во-вторых, формирует вполне объективную картину, поскольку Reuters относится к числу крупнейших и авторитетнейших информагентств мира.

Так как же Reuters применяет AI для трансформации работы своих новостных редакций? Прежде всего здесь действует общее для любых инноваций правило: прежде чем тот или иной инструмент будет внедрен в новостные системы Reuters по всему миру, он должен пройти проверку на соответствие определенным критериям. Таких критериев несколько. Первый из них – насколько инструмент соответствует перспективным требованиям клиентов

агентства. Второй – способствует ли он выполнению фундаментальной миссии Reuters, которая заключается в предоставлении аудитории важной информации оперативно и непредвзято. Третий – какое воздействие будет оказано на редакционную добросовестность, и четвертый – выдерживает ли новая технология конкуренцию с самой передовой из уже существующих и внедренных. Если напротив каждого из критериев можно поставить галочку в графе «Да», в агентстве решают, что рассматриваемая инновация заслуживает того, чтобы уделить ей время.

Коллектив аналитиков данных и инженеров по машинному обучению, работающий под руководством Юлии Павловой, тесно взаимодействовал с командой Reuters Product, Editorial and Engineering над созданием сервисов, которые извлекают и дополняют идеи из мультимедийного контента Reuters, чтобы этот контент было легче найти. В июле 2023 года Reuters запустило AI-инструмент под названием Avista, который помогает клиентам агентства находить нужные им фрагменты видео, чтобы повысить эффективность монтажа и публикации новостей.

Как отмечает Ник Коэн, одной из постоянно возникающих проблем является обнаружение контента. Того контента, который находится на платформах агентства и нужен его клиентам. Как только клиенты находят нужный фрагмент контента, возникает задача извлечения из него той части, которая содержит требуемую информацию. И это действительно проблема, поскольку для ее решения требуется время, которое в новостях, как известно, на вес золота. Совместная работа коллективов Ника Коэна и Юлии Павловой позволила разработать ряд мер, которые в данном контексте могут быть очень полезны.

А вот что сказала сама Юлия: *«Когда доходит до автоматизации машинного обучения, чем интенсивнее она используется, тем выше вероятность ошибки. В случае с искусственным интеллектом каждая система в той или иной степени подвержена ошибке. Учитывая важность, которую Reuters придает гарантированию точности контента и поддержанию непредвзятости в освещении новостей, вопросы здесь более чем очевидны: насколько вероятна ошибка? насколько она серьезна? каковы будут последствия ошибки?»*.

В поисках ответа на эти вопросы Юлия и ее коллектив тщательно проверяли различные метрики, чтобы повысить доверие к создаваемому контенту, а в пределе – добиться такого уровня доверия, который бывает, когда люди видят все своими глазами. А может быть, даже превзойти этот уровень. Не стоит удивляться этой цели, ведь бывает, что и глаза обманывают человека. Ведь выражение «не верю своим глазам» возникло неспроста.

Тем не менее доверить все искусственному интеллекту пока рано, а может быть, и вообще нельзя. *«Теперь еще одна важная задача, конечно, заключается в том, чтобы в рабочем процессе присутствовали люди – наша прекрасная редакция, редакторы и журналисты, способные проверить данные на выходе и скорректировать их»*, – отметила Юлия.

Редакторская работа тоже предельно важна. В редакции новостей одна из наиболее критичных задач – не потерять редакционный контроль. В мире нет ни одного редактора, который хотел бы «передать ключи от замка» кому бы то ни было, в том числе и машине.



Юлия Павлова

Как отмечает Джейн Барретт, вся работа Reuters проходит под флагом так называемых принципов правды. Один из них, который чаще всего на слуху, это поддержание честности, независимости и непредвзятости журналистов агентства. Но вот для AI уместен также принцип правды № 5: не жалеть усилий для расширения, разработки и адаптации новостей и сервисов, предоставляемых клиентам агентства. А потому в этом принципе заложена существенная сила – он позволяет экспериментировать, но делать это ответственно.

Итак, уже очевидно, что одной из наиболее важных задач в эпоху искусственного интеллекта является сохранение доверия и борьба с дезинформацией. Редакторам и журналистам предстоит наметить путь к интеграции рабочих процессов, к перераспределению задач и ответственности. Стало быть, нужно подготовить и персонал, и организации в целом. А заодно определить оптимальную степень интеграции, чтобы не поставить под угрозу ценность работы журналиста. Достижение баланса – вот в чем заключается главная сложность.

Как считает Джейн Барретт, здесь нет универсального рецепта. Каждая организация сама отвечает за то, чтобы провести тщательный анализ работы каждого человека и каждого коллектива, по результатам чего решить, где и как машины могут сделать эту работу более эффективной.

К примеру, в редакциях финансовых и рыночных новостей, а также в специальной редакции Reuters искусственный интеллект используется уже достаточно интенсивно, тогда как в других новостных редакциях доля его применения меньше.

Если планируется внедрить AI в работу того или иного коллектива, то может быть полезным разработанный Джейн так называемый «подход трех ведер». По сути, это три вопроса, на которые нужно дать ответы:

- ◆ можно ли возложить на компьютер работу, которую выполняет человек, но вовсе не обязательно, чтобы он ее выполнял?
- ◆ можно ли дополнить и улучшить выполняемую работу?
- ◆ какую роль могут сыграть эксперименты в трансформации выполняемой работы?

А для Юлии вопрос о поддержании доверия и исключении дезинформации в эпоху AI раскладывается на две составляющие. Первая – это алгоритмы AI, которые помогают распознать ложные нарративы: *«Мы исследуем все возможности применения моделей AI для выявления фейковых новостей и фейковых сюжетов, изображений и контента. Сюда входят генеративно-состязательные сети, способные выявить манипуляции в изображениях, видеоматериалах, тексте».*

А второе – поскольку генеративные инструменты становятся все более сложными, приходится уделять больше внимания как генеративным моделям, так и проверке на точность выдаваемого ими результата, его соответствия критериям честности и этики. Уже есть алгоритмы, которые могут проверить, создавался ли сюжет с применением генеративных инструментов или это реальная история. То же самое справедливо для изображений и видео. Развитие в этой сфере идет стремительно, а в Reuters внимательно следят за ним.

Ник, со своей стороны, убежден, что при движении вперед предельно важно если не полностью исключить возможность дезинформации, то минимизировать ее вероятность до ничтожно малой степени, чтобы сохранить

достоверность в журналистике, что способствует росту доверия к искусственному интеллекту.

*«Для наших клиентов наибольшим риском сейчас, кажется, является генеративный AI и все, что связано с генерированием текста, изображений и даже видео. Есть ощущение, что именно это заставляет их нервничать»*, – отметил Ник Коэн.

Что касается конкретно генеративного AI, то медиаиндустрии предстоит пройти долгий путь, прежде чем она начнет работать с основными AI-игроками, определяя правильные методы развития. Но уже имеющийся опыт показывает, что если отдать все на откуп разработчикам технологий, которые не преследуют такие же интересы, что и индустрия новостей, и позволить им самим определить правила игры в этой сфере, то вряд ли можно будет добиться желаемого для медиаиндустрии результата.

В свете всего, что было сказано выше, какое же будущее ждет искусственный интеллект в медиапространстве? При всех неопределенностях и спорных моментах одно можно сказать уверенно – грядут изменения. Но вот как быстро они произойдут и в каких областях – покажет время. Если рассматривать этот процесс применительно к новостной редакции и исходя из интересов аудитории, то не мешало бы попытаться очертить качественные скачки и этапы развития, способные сформировать будущее средств массовой информации в целом и журналистики в частности.



Одна из новостных редакций Reuters

С технологической точки зрения клиентам нужен ускоренный доступ к информации и возможность максимально быстрого нахождения контента нужного им типа. Это может быть видео, изображения, текст или все это сразу. В Reuters уделяют большое внимание тому, чтобы клиенты агентства могли найти именно ту информацию, которая им нужна и именно тогда, когда она им нужна.

*«Мы хотим предоставлять наш контент наилучшим и максимально эффективным способом, одновременно сохраняя надлежащий уровень безопасности и защиты данных»*, – отмечает Юлия.

С точки зрения безопасности применительно к созданному средствами AI контенту все решения Reuters находятся в широком диапазоне, начиная с так называемых MLP (ред.: Minimal Lovable Product – минимально любимый продукт) или своего рода системы мониторинга, которая работает в фоновом режиме и отслеживает любые воз-

возможные отклонения от ожидаемого поведения и возможные ошибки, если таковые случаются. И рабочий процесс, и коллектив агентства немедленно обнаружат что-то необычное и тут жеотреагируют соответственно.

Ну а когда дело доходит до разработки того или иного технологического решения, то, по прогнозу Ника Коэна, который во многом совпадает с прогнозами других людей, в будущем будет больше шума. По аналогии с отношением сигнал/шум. Чем больше автоматически генерируемого контента, тем больше шума. Поэтому выделение сигнала из шума становится еще более важным. Ник, не боясь выглядеть немодным, полагает, что важным для будущего журналистики является основанное на фактах непредвзятое информирование из проверенных, пользующихся доверием источников, которые выделяются в общем шуме.

Есть свое мнение и у редакторов, которое консолидированно выражает Джейн Барретт. Она считает, что возникновение ChatGPT сравнимо по воздействию с появлением iPhone. Этот первый в мире смартфон изменил способ взаимодействия потребителей с окружающим их миром.

Генеративный AI смог сделать примерно то же самое и внедрить в сознание людей модель потребления типа «дай мне это, сделай для меня это, помоги мне понять это».

Джейн считает, что профессионалы индустрии новостей должны максимально глубоко понимать и чувствовать, как меняются ожидания аудитории, то есть потребителей новостей. Медиаиндустрия отстала от произошедших ранее технологи-

ческих изменений. «В смысле важности домашней страницы нашего сайта, важности поиска, как мы существуем в мире с потенциально новой методикой поиска? Как мы можем повысить ценность нашей работы? Как мы формируем нашу необходимость и актуальность для аудитории и собираемся не отстать от прогресса снова? – задается вопросами Джейн. – Это серьезные сложности, которые надо преодолеть, но и, разумеется, огромные возможности».

Ну а что же дальше? Сейчас наступил переломный момент для новостной журналистики и средств массовой информации, равно как и для огромного множества других сфер человеческой деятельности. Сегодня как никогда важно подвести итоги, проанализировать процессы и инструменты, понять, насколько они интегрированы и как их улучшить, если они уже работают.

Что касается перспектив, то здесь время задуматься о том, как автоматизация может взять на себя некоторые наиболее обременительные процедуры журналистики, такие, например, как перевод и транскрипция. Но они не единственные такие, есть и много других, которые можно возложить на искусственный интеллект, чтобы освободить время журналиста для выполнения той самой работы, о которой выше сказал Ник и которая станет важной как никогда ранее. Это основанное на фактах, непредвзятое информирование из проверенных источников.

*Продолжение следует*

## НОВОСТИ

### Новая Lawo crystal

24 октября состоялась web-презентация новой микшерной консоли Lawo crystal. Презентацию из студии в штаб-квартире компании в Раштатте (Германия) провел директор Lawo по маркетингу Андреас Хилмер.

Консоль crystal – это изначально IP-система, соответствующая как сетевым AoIP-стандартам RAVENNA/AES67, так и вещательным стандартам SMPTE ST2110-30/-31 (аудио в вещательной IP-среде) и ST2022-7 (резервирование).

Подключать консоль можно к соответствующим процессорам Lawo, включая Power Core и A\_UHD Core. Есть разные версии crystal, различающиеся числом фейдеров и оформлением корпуса. Работать консоль может в режимах Power Core и Controller, а сфера ее применения чрезвычайно широка и включает различные рабочие процессы радиовещания и студийной звукозаписи, будь то малые и средние вещательные студии, центральные аппаратные и звукорежиссерские отсеки ПТС, студии записи подкастов, дистанционные сессии записи, комплексы резервирования и восстановления после катастроф, использование в сочетании с DAW, оптимизация и унификация рабочего процесса.

Унаследовавшая многое от микшеров Lawo diamond, новая crystal получила фирменный пользовательский интерфейс LUX – общий для всех микшеров Lawo, а потому знакомый для тех, кто уже работал с ними, а вот с crystal столкнулся впервые.

Конечно, crystal отлично интегрируется с платформой Lawo HOME, предназначенной для управления медиаинфраструктурой на базе IP.

Подробно о новой консоли будет рассказано в декабрьском номере журнала MediaVision.

