

МедиаТренды

Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ

№ 2 (96) 3 сентября 2024

www.journ.msu.ru

КОЛОНКА РЕДАКТОРА



Влияние цифровой трансформации на медиаобразование

Современные дискуссии о цифровизации поставили вопрос о важности передовых технологий для развития не только экономики, общества, но и образования. Понятия «цифрового перехода», «цифровой трансформации» все

чаще появляются в политических программах, официальных документах, академических исследованиях. Тем самым в публичном поле более четко обозначается и анализируется ключевое направление развития социума.

Очевидно, что сегодня общество находится на этапе третьего – цифрового – «перехода» медиа, в рамках которого происходят значительные технологические трансформации, но социальная природа медиа, изменяясь, все-таки сохраняется. При этом любая трансформация медиатехнологий находит свое место в пространстве медиа, отвечая на возникающий в ходе общественного развития социальный запрос, в том чис-

ле и на запрос в сфере образования. Преподавателям, журналистам и всем новым специалистам медиакоммуникационной среды необходимо заново осмыслить ту роль, которую играет журналистика в современном обществе. Понимая, что будущее нашей страны зависит и от того, как будут развиваться российские СМИ и массовая коммуникация, необходимо задуматься о формулировании новой сверхзадачи профессии – о ее миссии, связанной прежде всего с просветительством в самом широком смысле этого слова. Просвещающие и просвещенные СМИ будут способствовать возникновению того общества знаний, о котором все чаще говорят в эпоху цифровых технологий и искусственного интеллекта.

Уже сейчас ведутся исследования современной медиакоммуникационной среды в ее цифровой динамике, меняющей как возможности производства и распространения содержания, так и само медиасодержание – в его жанрах и форматах, в его тематическом и проблемном наполнении, в его потреблении аудиторией. Все это становится следствием развития медиатехнологий, усложнения общественной жизни, что в очередной раз свидетельствует о цифровом «переходе».

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МЕДИАОБРАЗОВАНИИ

Тема номера

Колонка редактора Влияние цифровой трансформации на медиаобразование	1
Интервью Владимир Евстафьев об основных направлениях развития искусственного интеллекта, о его влиянии на медиаобразование и коммуникационную деятельность	2
Индикаторы О количестве организаций в сфере высшего образования, использующих искусственный интеллект в своей работе, об уровне владения ИИ специалистами коммуникационной сферы, о барьерах в использовании ИИ в сфере высшего образования	3
Тема номера Искусственный интеллект в медиаобразовании. Взгляд экспертов (Татьяна Фролова, Мария Аникина, Татьяна Яковлева)	4
Массмедиа: теория и практика Марина Шилина о конкуренции с искусственным интеллектом в медиаобразовании ..	6
МедиаТекст Анастасия Николаева об ИИ и медиаречи	6
ЖЖ: жизнь журфака Какое место ИИ и нейросети занимают в вашем образовании?	7
Книжные новинки Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе. Под ред. В. А. Евстафьева, М. А. Тюкова	8
МедиаКалендарь О стратегическом партнерстве разработчика технологий ИИ – OpenAI – с двумя крупнейшими медиаорганизациями Европы, о начале монетизации для блогеров от сервиса Nuum (MTC), о новой версии виртуального помощника «Алиса» на основе нейросети YandexGPT	8

ИНТЕРВЬЮ



Владимир Евстафьев

профессор, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, вице-президент АКАР

Искусственный интеллект помогает развитию медиаобразования

■ Как ИИ влияет на развитие образования в сфере медиакоммуникаций?

Современные специалисты в области коммуникаций сталкиваются с вызовами и возможностями, которые предоставляет цифровая революция. Образование выступает в роли катализатора эффективных коммуникационных стратегий и практик, обеспечивая обучающихся необходимыми навыками для анализа, интерпретации и творческого использования полученных знаний. Информационные потоки и образовательные практики переплетаются, и искусственный интеллект (ИИ) выступает в роли надежного союзника, внедряя инновации и оптимизируя образовательные процессы. Современный коммуникатор XXI века вынужден мастерски владеть множеством инновационных инструментов, которые не только определяют, но и трансформируют коммуникационные стратегии.

■ Какие современные технологии в наибольшей степени повлияли на образовательную деятельность?

Во-первых, это использование дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR). В эпоху цифровой революции эти технологии, реализуемые через очки виртуальной реальности или смартфоны, диктуют новые стандарты в образовательной индустрии. Они не только трансформируют способы взаимодействия с информацией, но и определяют новые методы обучения и способы передачи знаний. Во-вторых, чрезвычайно важным становится использование больших данных и аналитики. В образовательных практиках системы анализа данных могут отслеживать активность учащихся, выявлять их сильные стороны и слабости, адаптируя учебные программы под индивидуальные потребности. Это способствует более эффективному обучению, повышению уровня вовлеченности студентов и обеспечивает более точную оценку успеваемости. Однако необходимо учитывать и этические аспекты использования больших данных в сфере образования. Обеспечение безопасности данных студентов и соблюдение прозрачности в использовании информации – важные компоненты для сбалансированного применения этих технологий в учебном процессе.

И, в-третьих, это, конечно, использование ИИ и нейронных сетей. Этот союз демократизирует знание, переосмысляет подходы к обучению и содействует автоматизации образовательного процесса, уделяя внимание индивидуальным потребностям обучающихся и оптимизации преподавательской деятельности. Стоит отметить и чат-ботов, которые становятся эффективными помощниками в обучении. Они могут предоставлять студентам информацию о расписании, материалах для изучения, а также помогать в решении различных задач. Это особенно актуально в онлайн-образовании, где виртуальные ассистенты обеспечивают доступ к образовательным ресурсам в режиме реального времени.

■ Как проявляет себя ИИ в коммуникационной деятельности?

В области коммуникаций профессионалы активно внедряют ИИ в разнообразные дисциплины, от стратегического маркетинга и управления до связей с общественностью и взаимодействия с клиентами. Партнерство между человеком и ИИ становится своего рода интеллектуальным симбиозом, где интеллектуальные и творческие задачи решаются более эффективно, чем могло бы быть возможно в случае действий человека в одиночку. С развитием ИИ возникает потребность в специалистах по коммуникациям, обладающих необходимыми компетенциями. Эти профессионалы выступают в роли моста между технологическими инновациями и эффективными коммуникационными стратегиями, обеспечивая успешную адаптацию к переменам и максимальное использование потенциала ИИ в области стратегических коммуникаций.

Например, в 2023 году на факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова было проведено научное исследование, призванное внести свой вклад в развитие области коммуникаций и технологий. Проект, осуществленный при участии 25 магистрантов в период с марта по декабрь 2023 года, предполагал создание каталога сервисов, использующих ИИ, предназначенного для повседневного применения специалистами коммуникационной индустрии. Полученные результаты подчеркнули важность интеграции технологий в работу коммуникационных специалистов и стали основой для дальнейших исследований искусственного интеллекта в медиасфере.

Ключевые барьеры развития и использования ИИ в сфере высшего образования



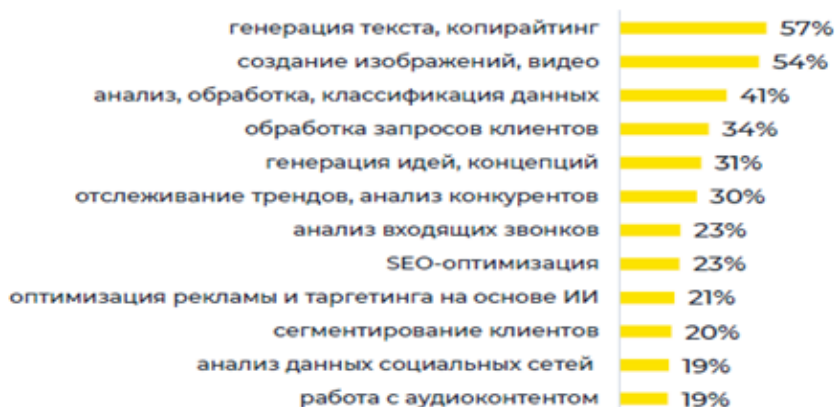
Источник: Индекс готовности приоритетных отраслей экономики Российской Федерации к внедрению искусственного интеллекта. Аналитический доклад. – М.: Национальный центр развития искусственного интеллекта при Правительстве Российской Федерации, 2023.

Наличие стратегии и/или плана развития и использования ИИ в организациях высшего образования



Источник: Индекс готовности приоритетных отраслей экономики Российской Федерации к внедрению искусственного интеллекта. Аналитический доклад.

Задачи, которые поручают нейросетям



Источник: Искусственный интеллект: возможности и риски для маркетинга и бизнеса. Ingate Group, 2024. <https://ingate.ru/researches/>

Факты

■ По данным аналитического отчета «Индекс готовности отраслей к внедрению ИИ» в сфере высшего образования, 32,6% организаций используют ИИ, а 32,2% организаций планируют использовать ИИ в течение трех лет.

■ Согласно результатам опроса ВЦИОМ, россияне активно пользуются цифровыми «благами»: с той или иной периодичностью к электронным услугам прибегают 8 из 10 (81%), в том числе каждый третий – ежедневно (35%), а каждый пятый – несколько раз в неделю (21%). На положительную динамику в этой сфере указывает и активная работа над одной из пяти национальных целей развития страны до 2030 г.: НЦ «Цифровая трансформация» лидирует в оценках эффективности реализации на протяжении всего периода измерений.

■ Согласно ежегодному докладу, подготовленному специалистами Национального центра развития искусственного интеллекта при Правительстве РФ, количество развивающихся сфер деятельности увеличилось до 11 за счет факторов, обеспечивающих возможность использования ИИ в сферах общего и среднего образования, науки, в социальной сфере, строительстве и торговле. Основную долю пользователей ИИ составляют крупные и средние организации: каждая вторая крупная организация и каждая третья средняя организация применяют ИИ, среди малых организаций этот показатель достигает 14%.

■ По данным исследования, проведенного Ingate Group, 12% российских специалистов оценили свой уровень владения инструментами ИИ как высокий: они понимают, как и для каких задач применять ИИ, могут самостоятельно обучать нейросеть и анализировать результаты. Основными барьерами для распространения ИИ-инструментов в российском бизнесе являются дефицит профильных специалистов и недостаточное количество обучающих программ по ИИ.

ТЕМА НОМЕРА

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МЕДИАОБРАЗОВАНИИ



Татьяна Фролова



Мария Аникина



Татьяна Яковлева

Татьяна Фролова

профессор кафедры цифровой журналистики

Этический аспект применения ИИ в медиаобразовании

Проблематика искусственного интеллекта развилась сегодня до уровня, когда ни одна серьезная дискуссия – не только в области коммуникаций и медиа-трендов – не может обойти ее стороной. Однако сколь волнующими бы ни были наши ожидания от последствий этого глобального вызова, здравый смысл требует учета некоторых обстоятельств.

Данные, полученные в ходе опросов, подтвердили непростое отношение к процессу, который набирает силу и едва ли может быть остановлен независимо от эмоций аудитории. Опасения – трудность восприятия, вероятность сбоев, атаки хакеров, отключение электричества, многочисленные контексты, «негуманность» роботизированных текстов и многое другое – очень существенны; ошибки в алгоритме могут привести к генерации ложных выводов. Но ИИ стремительно наступает – и медиаобразование не может не учитывать реалий. При этом важно понимать риски и этические вызовы, которые неизбежно будут сопровождать его развитие.

Этический аспект чрезвычайно важен в разработке новых учебных программ. Здесь требуется обращение к недавно принятому Национальному кодексу этики в сфере искусственного интеллекта – кодексу общему, поддержанному представителями самых разных производственных сфер, суть которого весьма определена –

человек над искусственным интеллектом. Собственно-го журналистского кодекса профессиональной этики пока не имеется, как, впрочем, и национального. Будет ли это специально разработанный документ, или в общем новом кодексе потребуются выделение неких самостоятельных установлений, мы сейчас можем только предполагать. Пока фиксируем, что потребность в кодификации основных положений назрела.

«Вечнозеленая» проблема профессиональной идентичности журналиста также требует внимания. Более того, она резко обостряется в новых условиях. Поля, в которых присутствие ИИ возможно и полезно, непрерывно множатся и расширяются. Что остается журналисту? Кто у кого в подчинении – далеко не праздный вопрос, который еще поддается контролю. Насколько серьезна угроза этической девальвации профессии? Перечень угроз можно продолжать и продолжать, включая еще не осознаваемые.

Разрабатываемые учебные программы требуют немалых усилий специалистов различных профилей. Они будут наполнены конкретными дисциплинами, отражающими множественные аспекты глобального процесса. Однако мы полагаем, что проблемы ценностей и идентичности должны составить базовый слой медиаобразования в сфере искусственного интеллекта.

Мария Аникина

доцент кафедры социологии массовых коммуникаций

Конфликт интересов как основа гармоничной системы медиаобразования

Субъектный подход к осмыслению медиакоммуникационной реальности помогает сохранить основной акцент рефлексии на человеке и не смещать его окончательно в сторону технологий, воспринимая технологический детерминизм как общее условие существования современного общества. Кроме того, он позволяет скорректировать стратегии медиаобразования в условиях распространения технологий искусственного интеллекта, принимая во внимание одновременное развитие разнонаправленных процессов децентрализации и унификации педагогической деятельности.

Создается ощущение, что мы наблюдаем конфликт интересов в медиакоммуникационном пространстве в момент бурного развития технологий искусственного интеллекта. Организаторы образовательных проектов прежде всего готовят технологически развитых пользователей, но при этом не всегда успешно формируют созидательно мыслящих участников коммуникативных процессов. С одной стороны, происходит активная реализация множества инициатив в области медиаобразования, направленных на развитие критического мышления современного человека и позволяющих

ему безопасно и эффективно жить в цифровой среде. С другой стороны, успешное, но во многом поверхностное овладение доступными технологиями искусственного интеллекта (например, использование систем поиска информации и работы с текстами, систем генерации видео и проч.), происходящее зачастую в соответствии с интересами разработчиков технологий, на практике создает угрозу снижения самостоятельности мышления человека.

Однако конфликт этот может быть преодолен при условии поддержания двухуровневой системы медиаобразования, ориентированной на специалистов (медиапрофессионалов и педагогов) и на массовую аудиторию (школьников, студентов и медиапотребителей в широком смысле слова). В этом случае своеобразное укрощение технологий позволит сформировать систему координат, в которой разграничены ситуации применения искусственного интеллекта, сформированы навыки использования технологий ИИ в профессиональной и неспециализированной деятельности, сохранена значимость специальной подготовки, подчеркнута ценность экспертизы и творчества в цифровую эпоху.

Татьяна Яковлева

старший преподаватель кафедры цифровой журналистики

ИИ в обучении журналистике: новые возможности и риски

Последние исследования показывают, что с каждым годом не только растет количество журналистов, которые активно используют искусственный интеллект в своей работе, но и значительно расширяется диапазон его возможностей в решении самых разнообразных задач, связанных в том числе и с авторскими компетенциями. Сегодня ИИ может составить контент-план, сделать рассылку, пересказать или озвучить текст, отследить тренды в социальных сетях, а также предложить идею журналистского материала, написать новость, сформулировать вопросы к интервью и многое другое. Эти технологические решения уже используются в редакциях современных массмедиа и помогают журналистам работать быстрее и продуктивнее.

В условиях нового этапа цифровизации медиа, который непосредственно связан с развитием искусственного интеллекта, одной из важных задач образования в области журналистики и массовых коммуникаций является формирование у студентов знаний и компетенций, отвечающих запросам и потребностям медиаиндустрии. Сориентированная на актуальные

медиапрактики, идея обучения будущих журналистов работе с нейросетями выглядит логичной и оправданной. К этому призывают как сами работодатели, так и видные теоретики медиа. Однако главная проблема заключается не в том, как научить студентов работать с инструментами ИИ, а как научить студентов делать это корректно и осознанно, минимизируя тем самым потенциальные риски.

Контент, созданный при помощи искусственного интеллекта, может иметь ощутимые недостатки, связанные с точностью, объективностью, сбалансированностью мнений, этичностью и полнотой полученной информации. Эти ограничения и должны стать предметом осмысления того, насколько возможности ИИ соответствуют этическим стандартам, правовым нормам и ценностям журналистики, а для этого в первую очередь особое внимание стоит уделять развитию у студентов критического мышления при работе с ИИ, формированию уверенных навыков фактчекинга и аналитической оценки сгенерированного нейросетями контента. С высокой вероятностью эти знания и опыт пригодятся студентам в работе уже в ближайшее время.

МАССМЕДИА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА



Марина Шилина

доцент кафедры рекламы и связей с общественностью

Конкуренция с искусственным интеллектом в медиаобразовании: новая креативность как вызов прошлому?

Технологии искусственного интеллекта в России все шире применяются на практике (хотя, по авторитетным данным *Gartner Hype Cycle*, это уже не самый яркий тренд, что существенно учитывать со стратегической точки зрения). Эффективность применения ИИ в равной мере зависит от технологий когнитивных, пока мы работаем с людьми. Впрочем, в связи с нормативностью концепции цифровой трансформации, перехода к модели полной автоматизации, *zero human*, будут формироваться новые парадигмы социальной «безлюдной» коммуникации.

Научные исследования влияния технологий на коммуникационную, в том числе медийную индустрию пока в стадии становления. Наиболее обоснованной сегодня принято считать концепцию коммуникативного искусственного интеллекта, когда наше представление об эффективности ИИ формируется на основе анализа специфики модели взаимодействия человека и «машины»/программы.

В образовании для сферы медиа, которое в силу общей актуальности ИИ-повестки непременно будет все более опосредовано этими технологиями, представляется возможным выделить несколько уровней. Макро-

уровень связан со специализацией: медиаэкономика, медиакоммуникация (например, рекламы или *PR*), журнализм разных направлений (так, мультимедийная история отличается от фото, аудио или подкаста).

Если расширить рамки до востребованных сегодня креативных индустрий и их продуктов, для образования открываются инструментальные возможности, к примеру, работы индивидуально и удаленно (таков чат-бот для начинающих специалистов по коммуникациям от профессора В. А. Евстафьева).

На уровне базовых компетенций, которые равно важны для всех направлений медиаобразования в создании медийного продукта, востребована креативность. Как конкурировать человеку и искусственному интеллекту? Единственное преимущество как для преподавателя, так и для будущего профессионала – память, знание прошлого, исторического контекста (поскольку программы работают здесь и сейчас). С точки зрения стратегии университетского медийного образования это очевидная максима. Технологии переходящи, *sensus longa*.

МЕДИАТЕКСТ



Анастасия Николаева

доцент кафедры стилистики русского языка

Искусственный интеллект и медиаречь

Большой интерес у лингвистов всего мира вызывает стремительное развитие искусственного интеллекта, который может изменить устоявшиеся стилистические представления о тексте, стиле, авторе и авторстве. Именно поэтому на семинарах, цель которых – совершенствование языковых компетенций учащихся, целесообразно вместе со студентами обсуждать тот контент, который создает ИИ, этические проблемы, связанные с его использованием. В каком направлении может проходить исследовательская работа студентов, изучающих стилистические возможности ИИ? Можно рассмотреть несколько примерных заданий:

1. Студентам предлагается полностью сгенерировать текст с помощью *ChatGPT*, после чего на занятии обсуждаются стилистические, лексические и структурные недочеты, допущенные нейросетью. Подобная практика позволяет доказательно продемонстрировать,

что искусственный интеллект допускает на современном этапе серьезные нарушения языковой нормы, не вполне понимает многие идиомы, и слово с его сложной системой переносных значений и коннотаций тоже еще не полностью подвластно ИИ. Кроме того, многие факты в сгенерированном тексте требуют серьезной проверки.

2. Можно также предложить студентам создать текст, комбинируя свой авторский контент с текстом, созданным *ChatGPT*, заключить сгенерированные нейросетью части текста в квадратные скобки [xxxxx] и посмотреть, как различаются с позиции семантики, стилистики и фактчекинга авторская и сгенерированная части контента.

3. Отправив *ChatGPT* текст, с которым группа планирует работать на семинаре, можно сгенерировать вопросы и упражнения по этому тексту.

Такие задания не только позволяют закрепить пройденный материал, но еще и повышают степень интерактивности занятий. Кроме того, подобная практика помогает учащимся получить общее представление о стиле нейросети, поэтому в дальнейшем студентам будет проще находить в медиасреде сгенерированные тексты, даже не используя сторонние инструменты проверки.

КАКОЕ МЕСТО ИИ И НЕЙРОСЕТИ ЗАНИМАЮТ В ВАШЕМ ОБРАЗОВАНИИ?



Яшникова Алина, 4 курс д/о:

Нейросети я использую, только если моих навыков не хватает для выполнения задания – например, если мне нужна красивая оригинальная картинка для учебного проекта. Но вот что я

точно никогда не доверю искусственному интеллекту, так это написание текстов. Потому что это я умею хорошо делать сама, а в текстах от нейросетей, как мне кажется, нет ничего человеческого, сколько их ни обучай.



Кузмина Анастасия, 3 курс в/о:

Для студентов творческих и гуманитарных факультетов нейросеть – верный помощник в поиске идей для текстов, развитии языковых навыков и, конечно же, в сокращении времени на выполнение заданий. Я предпочитаю классический вариант обучения без злоупотребления потенциалом ИИ, но признаю, что нейросети помогают мне систематизировать мои знания и «наталкивают» на ответ в ситуациях, когда моих способностей может оказаться недостаточно. Однако я верю, что творчество, создаваемое человеком, не может сравниться с компьютерной генерацией.

Однако я верю, что творчество, создаваемое человеком, не может сравниться с компьютерной генерацией.



Каргина Анастасия, 1 курс д/о:

Нейросети помогают мне понять, с чего начать искать информацию для рефератов или докладов. Если ей задать тему исследования, то она предложит список полезных ресурсов, включая книги, статьи, научные работы и другие материалы, что значительно экономит время. Также нейросеть может объяснить сложный материал простыми словами. Вместо использования специальной лексики, которая может быть трудной, ИИ делает информацию легкой для понимания. Ещё одна полезная опция – это возможность практиковаться на иностранном языке. ИИ можно попросить перевести текст, составить упражнения или даже разыграть диалог.

Нейросети заставили меня больше анализировать информацию и перепроверять факты. Пока единственное дело, которое я доверила ИИ, – это расшиф-



Исоян Арина, 4 курс в/о:

При всех положительных моментах не стоит забывать об обратной стороне развития ИИ. Ключевым требованием становится навык критического мышления.

Нейросети заставили меня больше анализировать информацию и перепроверять факты. Пока единственное дело, которое я доверила ИИ, – это расшиф-

ровка интервью. Результатом я была приятно удивлена. В короткие сроки удалось получить прекрасный текст с минимальным количеством правок.



Точилова Карина, 3 курс в/о:

Для меня ИИ и нейросети – это больше развлечение. Мне интересно создавать картинки или музыку, чтобы придумать что-то новое. У нейросетей есть много классных фишек, но в работе и учебе компьютер не сможет заменить человека. Когда мы пишем тексты, то всегда проскальзывают черты индивидуального стиля, даже если он окончательно не сформировался. Поэтому в своем учебном процессе я не пользуюсь искусственным интеллектом – как я он точно не напишет. А в работе журналистов как раз нужны творческие тексты.

тер не сможет заменить человека. Когда мы пишем тексты, то всегда проскальзывают черты индивидуального стиля, даже если он окончательно не сформировался. Поэтому в своем учебном процессе я не пользуюсь искусственным интеллектом – как я он точно не напишет. А в работе журналистов как раз нужны творческие тексты.



Гидрат Лилия, 1 курс д/о:

ИИ и нейросети внедряют в процесс обучения инновации и усовершенствования. Они предоставляют персонализированный подход к обучению, адаптируя материалы и методы образования под индивидуальные

потребности и умения, позволяют получать знания в удобном темпе и формате, что повышает качество обучения. Я использую ИИ и нейросети, чтобы упростить учебный процесс. ИИ для меня повышает доступность, качество и эффективность моего образования.



Харламова Варвара, 3 курс д/о:

В лучших традициях студенческой лени этот ответ мог быть написан чатом GPT и сразу дал бы читателю наглядный пример использования нейросетей в учебе (а заодно поднял бы проблему злоупотребления

ими). Но одна из особенностей ИИ – как раз таки возможность отличить качественную, уникальную работу от некачественной, с неживым текстом, без авторской изюминки. Нейросети должны не полностью заменять журналиста, а только помогать ему. Меня ИИ выручал при создании логотипа нашего медиапроекта на практике. И еще одно интересное наблюдение: нейросети помогают бороться с профессиональной проблемой журналистов – синдромом чистого листа: набрал вопрос – увидел «отвратительный» ответ чата GPT – захотел переделать и – написал что-то свое, интересное и уникальное.



Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе

Под ред. В. А. Евстафьева, М. А. Тюкова

В книге рассматриваются инновационные инструменты для создания всех видов маркетинговых коммуникаций на основе искусственного интеллекта и нейронных сетей. С помощью многочисленных практических примеров демонстрируются приемы создания контента, каналов коммуникации, рекламной продукции с использованием искусственного интеллекта и нейронных сетей, образовательные возможности ИИ и результаты его внедрения в образовательную деятельность, методы обучения алгоритмов.

МедиаКалендарь

■ В марте 2024 года *OpenAI*, разработчик технологий ИИ, анонсировал стратегическое партнерство с двумя крупнейшими медиаорганизациями Европы – французским изданием *Le Monde* и испанским *Prisa Media*. Это сотрудничество предполагает, что в ближайшем будущем пользователи смогут взаимодействовать с контентом этих изданий через сокращенные новостные обзоры и «расширенные ссылки» на оригинальные статьи в *ChatGPT*. Кроме того, *OpenAI* сможет использовать материалы *Le Monde* и *Prisa Media* для обучения своих моделей искусственного интеллекта. Главный операционный директор *OpenAI* Брэд Лайткап отметил, что это партнерство расширит возможности пользователей *ChatGPT* по всему миру, предоставляя им доступ к новостям более интерактивным и информативным способом.

Источник: *ProCyber.me*

■ В конце марта Госдума приняла в первом чтении законопроект, который позволяет государственной корпорации «Роскосмос» размещать наружную рекламу на объектах космической инфраструктуры. Теперь корпорация обладает правом продвижения и продвижения рекламных кампаний.

Разгонный блок «Орион» «Ангары» успешно доставил на орбиту малый спутник типа *Cubsat 3U* «Гагаринец» частной компании *Avant Space (AS)*. Группа спутников сформирует в небе светящиеся логотипы и тексты. Рекламная проекция будет включаться во время прохождения спутников над городами на 3–5 минут. Рекламу с таких спутников смогут увидеть жители 18 крупнейших городов мира с совокупным населением более 355 млн человек. Размещение логотипа на спутнике обойдется бренду в \$1 млн при заключении контракта до конца 2024 года. По оценкам *Avant Space*, объем рынка космической рекламы к 2027 году достигнет \$1 трлн.

Источник:

Пресс-служба «Роскосмоса»

■ Сервис *Nuum* от МТС начал монетизацию для блогеров, а также представил обновления на пользовательской видеоплатформе. Компания запустила рекламные форматы внутри видео и стримов. Авторам контента стала доступна возможность подать заявку на вступление в партнерскую программу для получения от 55% и более дохода с рекламы по модели *revenue sharing*. Для вступления в программу необо-

димо, чтобы у креатора было больше 50 подписчиков на платформе *Nuum*, а также более пяти часов суммарных просмотров контента за последние 30 дней.

Источник: *Nuum*

■ «Яндекс» представил новую версию своего виртуального помощника «Алисы» на основе нейросети *YandexGPT*. До сих пор «Алиса» отвечала примерно на 60% вопросов, а в остальных случаях предлагала поискать ответ в Интернете или прислать результаты поиска. Теперь голосовой ассистент позволяет помощнику отвечать на 95% вопросов, а также умеет объяснять сложные понятия и явления простым языком, предлагать идеи и удерживать контекст беседы. Для работы с текстами появился отдельный чат с «Алисой»: в нем можно сочинять тезисы, слоганы и другие тексты. Чаты синхронизируются для разных устройств. Так, можно начать диалог на компьютере и продолжить на смартфоне. Кроме того, есть возможность вести несколько чатов одновременно. Контекст и история общения сохраняются в каждом чате, не перемешиваясь.

Источник: *Sostav*



Издатель: Факультет журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Главный редактор: Елена Вартанова. Шеф-редактор: Вероника Простякова.

Литературный редактор: Евгения Гурова. Фотокорреспондент: Егор Никаноров.

Дизайн: Арина Баланцева. Верстка: Елена Сиротина.

Адрес редакции: 125009, г. Москва, ул. Моховая, д. 9, оф. 203. E-mail: mediaandtrends@gmail.com