

ხელოვნური ინტელექტის ზეგავლენა მედიაზე

თეო იორდანიშვილი
კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, მასობრივი კომუნიკაციის
პროგრამის დოქტორანტი

ხათუნა კაჭარავა
კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის სოციალურ და ჰუმანიტარულ
მეცნიერებათა ფაკულტეტის პროფესორი

DOI: 10.52340/gbsab.2024.53.01

საკვანძო სიტყვები: მედია, ხელოვნური ინტელექტი, კომუნიკაცია, ჟურნალისტი

რა არის ხელოვნური ინტელექტი? ამ სიტყვების ერთობლიობა XXI საუკუნის ერთ-ერთ მთავარ თემად იქცა, თუმცა რა როლი აკისრია მას ჩვენს ცხოვრებაში ჯერ კიდევ ბუნდოვანია. ეს არის ახალი ტექნოლოგიური მიღწევა, რომელიც ცვლის ინდუსტრიას, ეკონომიკას და ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებასაც კი. თავის არსში, ის გულისხმობს კომპიუტერული სისტემების განვითარებას, რომელსაც შეუძლია შეასრულოს ისეთი დავალებები, რომლებიც ადამიანის ინტელექტს მოითხოვს.

ხელოვნური ინტელექტი გვთავაზობს სხვადასხვა პლატფორმებზე, როგორც ვიზუალური, ისე თეორიული მრავალფეროვნების გენერირებას. მისი მეშვეობით ჩვენ შეგვიძლია ნებისმიერ თემაზე დავსვათ კითხვა და სასურველი ინფორმაცია მივიღოთ. მაგალითად, თუ გვინტერესებს რა არის მედია, საიდან იღებს იგი სათავეს და ვინ იყო თავდაპირველად ინფორმაციის გამავრცელებელი, ხელოვნური ინტელექტის მეშვეობით ამ კითხვებზე პასუხები მყისიერად გვექნება. სულ ცოტა ხნის წინ ამ ინფორმაციის მისაღებად გვჭირდებოდა google-ის საძიებო სისტემაში საკვანძო სიტყვების ჩაწერა და სათითაოდ რამდენიმე საიტის მიმოხილვით, პატარა-პატარა შეკრებილი დეტალებით საერთო ამბის შექმნა, რაც საბოლოოდ მაინც არ გვადლევადა სასურველ შედეგს. ახლა კი ეს ყველაფერი გამარტივდა და უსწრაფესად ერთი სივრციდან დიდი რაოდენობით ინფორმაციის მიღება შეგვიძლია.

ხელოვნური ინტელექტი უმოკლეს დროში შრომატევად ამოცანებს ასრულებს, რაც ამცირებს ადამიანების დატვირთვას, ათავისუფლებს მას დამატებით და სტრესული სამუშაოსგან, სწორედ აქედან გამომდინარე სავარაუდოა, რომ იგი ღრმად შემოიჭრება ჩვენს ცხოვრებაში და დღითიდღე მასზე მეტად დამოკიდებულს გაგვხდის.

თანამედროვე სამყაროს თითქმის ყველა სფერო ცვლილებების პროცესშია მათ შორის არის მედიაც, AI მედიასა და მასობრივ კომუნიკაციაში უკვე მნიშვნელოვან ადგილს იკავებს, მისი მეშვეობით შესაძლებელია მედიური ტექსტების შექმნა, აუდიტორიაზე ზეგავლენის მოხდენა და ა.შ.

ისეთ პლატფორმებს, როგორცაა OpenAI-ის GPT და answersAI სწორი დავალების მიცემის შედეგად წარმოუდგენელი სისწრაფით და ეფექტურობით შესაძლებელია სტატიების წერა და რედაქტირება, რაც საშუალებას აძლევს მედია კომპანიებს შექმნან დიდი რაოდენობით მასალა სწრაფად და ამავე დროს ხარისხის მაღალი დონეც შეინარჩუნონ.

ხელოვნური ინტელექტი აუმჯობესებს ურთიერთობას მედიაკომპანიებთან,

როგორც ვირტუალური ტექნოლოგიებით, ისე ხმის ამოცნობის სისტემების მეშვეობით. ახალი ამბების ორგანიზაციები იყენებენ ე.წ. ბოტებს, რომლებიც მომხმარებლის შეკითხვებზე პასუხის გასაცემად არიან შექმნილი. ეს ამლიერებს მედია აუდიტორიის ჩართულობას და გვთავაზობს უფრო ინტერაქტიურ მედიას, ქმნის განწყობას, რომელიც მნიშვნელოვანია დადებითი ურთიერთობებისთვის.

ხელოვნური ინტელექტის ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორი ისიც არის, რომ მისი მომსახურების გამოყენება შეგვიძლია 24/7-ზე, რაც მომხმარებელთა კმაყოფილებას იწვევს, ზოგავს დროს, ენერგიას, პროგრამა წამებში ახერხებს იმას, რასაც ადამიანები დღეებს ხანდახან კვირებს და თვეებსაც კი ანდომებენ, შესაბამისად, კონკრეტულ მომენტში მისი ჩართულობა, შესაძლოა, სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი აღმოჩნდეს. მოთხოვნილ დავალებებში ასევე შესაძლოა განხორციელდეს სოციალური მედიის პოსტების შექმნა, სტატიების წერა, ახალი ამბების სათაურების მოფიქრება. ხელოვნური ინტელექტის საშუალებით მედიაკომპანიები ქმნიან მეტ მასალას ნაკლები რესურსებით.

მიუხედავად ამ არაჩვეულებრივი გამოგონებისა, მის მიერ შექმნილი მასალები შესაძლოა მოკლებული იყოს ადამიანურ ინტელექტს და ამბისადმი ემოციური დამოკიდებულებას, იმას, რაც მხოლოდ ადამიანისთვის არის დამახასიათებელი. ხელოვნურ ინტელექტს შეუძლია სტატიების, რეპორტაჟებისა და ახალი ამბების შექმნა, მაგრამ ის ვერ გადმოგვცემს რთულ ადამიანურ ემოციებს ისეთ მედიურ ფორმებში, როგორცაა საგამომიებო ჟურნალისტიკა და შემოქმედებითი წერა.

გასათვალისწინებელია, რომ ხელოვნური ინტელექტის სარგებლიანობასთან ერთად მნიშვნელოვანია საფრთხეებისა და გამოწვევების განსაზღვრა. ცხადია, არსებობს რისკი, რომ შეიქმნება ახალი ინდუსტრია, სამუშაო ადგილები და შესაძლებლობები, განსაკუთრებით ისეთ სფეროებში, რომლებიც დაკავშირებულია ხელოვნური ინტელექტის განვითარებასთან, რაც ამჟამად ჯერ არ არსებობს.

AI-ის გამოყენება შესაძლებელია სოციალური მედიის პლატფორმებზე, რათა შესაბამისი ინფორმაციით უზრუნველყოს საზოგადოება და ებრძოდოს დეზინფორმაციას. მისი ინსტრუმენტები მიმართულია სიძულვილის ენის, არასათანადო შინაარსისა და ყალბი ამბების გამოსააშკარავებლად, მეორე მხრივ, ხელოვნური ინტელექტის მეშვეობით შესაძლებელია დეზინფორმაციის გავრცელება, მედიისადმი ნდობის დაკარგვისა და საზოგადოებრივი აზრის მანიპულირებისთვის. რაც უფრო დაწინაურდება მსგავსი აქტივობა და შინაარსი, უფრო რთული იქნება ყალბი მედიის გარჩევა, ნამდვილისგან, რაც გამოიწვევს ახალი ამბების, ვიდეოების და სოციალური მედიის პლატფორმებისადმი სანდოობის ხარისხის შემცირებას.

ინფორმაციის გავრცელების გარდა, ადამიანთა დაპირისპირებისთვის შესაძლოა გამოყენებულ იქნას “დამაჯერებელი” ცრუ ინფორმაცია, როგორცაა “deepfakes” (სინთეზური მედია, სადაც პიროვნების მსგავსება ციფრულად არის შეცვლილი). პლატფორმას აქვს პოტენციალი შექმნას ისეთი “დამაჯერებელი” ყალბი შინაარსი, რომელიც ცნობილია როგორც “ღრმა ფეიქი” (Deep fake), სადაც ვიდეოები ან სურათები იცვლება ისე, რომ თითქოს ადამიანებმა თქვეს ან გააკეთეს ის, რაც არასდროს გაუკეთებიათ. ეს ქმნის მნიშვნელოვან რისკებს, განსაკუთრებით პოლიტიკურ კომუნიკაციაში, სადაც დეზინფორმაციამ შეიძლება საზოგადოებრივ აზრზე მოახდინოს ზემოქმედება.

მაგალითად, ბოლო პერიოდში შეიქმნა ისეთი აპლიკაცია, სადაც შეგიძლია შეიტანო შენი ვიდეო, რომელშიც საუბრობ ნებისმიერ თემაზე და ამავედროულად შეგიძლია დაურთო ტექსტი, რომელიც გინდა რომ კონკრეტულმა ადამიანმა გაიმეოროს, გაგიკვირდებათ და დღეს უკვე ეს ძალიან მარტივად ხდება. აპლიკაცია

ახდენს ამ ადამიანის ანატომიის, მისი მეტყველების და ხმის ტემბრის შესწავლას და გვთავაზობს ბუნებრივ ქმედებას, სადაც მოცემული ადამიანი გვესაუბრება თანდართული ტექსტით, მისი პირის მოძრაობით, ხმის ტემბრით და მიმიკებით. ამ ინსტრუმენტს ბოლო პერიოდში ძალიან ხშირად იყენებენ პოლიტიკური მიზნებისთვის, მაგალითად შესაძლოა ძალიან მარტივად ნებისმიერი ცნობილი პოლიტიკოსის ხმის გენერირება იმ ტექსტით, რომელიც აწყობს ამა თუ იმ კამპანიას, ან უბრალოდ რიგით ადამიანს თავისი გვერდის პოპულარიზაციისთვის. ეს პირდაპირ მიუთითებს ადამიანის მიერ გავრცელებულ დეზინფორმაციაზე, რამაც შესაძლებელია გამოიწვიოს არჩევნებში ხმების დაკარგვა, რაც, რა თქმა უნდა, მოწინააღმდეგის მიზანია.

უფრო კონკრეტულად, რომ ვთქვათ ხელოვნურ ინტელექტს შეუძლია მართოს ყველა და ყველაფერი, აქედან გამომდინარე, დეტალურად გაგაცნობთ რა შეუძლია გააკეთოს საარჩევნო პერიოდში. ის თვალყურს ადევნებს და აანალიზებს ახალ ამბებს, სოციალური მედიის პოსტების და ციფრული კომუნიკაციების სხვადასხვა ფორმის ტონს, რის საშუალებითაც კანდიდატების, პოლიტიკის ან პოლიტიკური მოვლენების შესახებ საზოგადოების განწყობას განსაზღვრავს. აქედან გამომდინარე, კამპანიებს აქვთ შესაძლებლობა გააცნობიერონ ამომრჩევლის დამოკიდებულება და იმოქმედონ შესაბამისად. მას ასევე შეუძლია დიდი ინფორმაციული მასალის საფუძველზე დაამუშაოს უარყოფითი ან ნეიტრალური დამოკიდებულება კონკრეტული კანდიდატის ან საკითხის მიმართ, რის ხარჯზეც ხდება მედიის სტრატეგიის წარმართვა, რაც ეხმარება კამპანიებს შეცვალონ შეტყობინებები ამომრჩეველთა აღქმის გასაუმჯობესებლად.

აქვე უნდა აღვნიშნოთ, ხელოვნური ინტელექტის კიდევ ერთი უმნიშვნელოვანესი ინსტრუმენტი, რომლის დროსაც AI-ს შესწევს უნარი პირდაპირი ტრანსლაციის დროს, როგორცაა დებატები, კანდიდატების მიერ გაკეთებული განცხადებები რეალურ დროში გადაამოწმოს, რაც მედიას ეხმარება დაუყოვნებლივ გამოაამჟვაროს შეცდომაში შეყვანის ნებისმიერი მცდელობა.

ამ ახალი მექანიზმების საშუალებით მედიური პროდუქტის შესაქმნელად აუდიტორიის ქცევის, ინტერესის, სისტემაში საძიებო ველის ჩამონათვალთ და ა.შ. გვაწვდის ისეთ ინფორმაციას, რომელიც გვეხმარება დავადგინოთ როგორ, რის მიხედვით და რა ინტერესების გათვალისწინებით შეგვიძლია შევქმნათ მედია პროდუქტი. გარდა ამისა, ამ მოწყობილობას შეუძლია გვიჩინასწარმეტყველოს, თუ რომელი ტიპის მასალა იქნება მნიშვნელოვანი და ტენდენციური.

ყოველდღიურ ტენდენციებზე დაკვირვება საშუალებას გვაძლევს დავასკვნათ, რომ ხელოვნური ინტელექტი უკვე ახდენს რევოლუციას ტექსტის წერის ავტომატიზაციის, ახალი ამბების და ვიდეო რედაქტირების თვალსაზრისით.

ჩვენი აზრით, AI-ის მომავალი მედიაში მნიშვნელოვანია, რადგან იგი გააძლიერებს მედიაპლატფორმების ინტერაქციულობას, შექმნის უფრო მიმზიდველ და პერსონალიზებულ მედია გამოცდილებას მომხმარებლებისთვის. მაგალითად, მომხმარებლებს შეუძლიათ იმოგზაურონ ისტორიული მოვლენების ვირტუალურ ტურებში, ან რეალობაში ურთიერთობა ჰქონდეთ ხელოვნური ინტელექტის მიერ შექმნილ პერსონაჟებთან.

მისი როლი ჟურნალისტიკაში უფრო გაიზრდება. ახალი ინსტრუმენტები უზრუნველყოფენ მონაცემთა ანალიზს, შინაარსის შექმნას და საგამომიებო ჟურნალისტიკის მხარდაჭერასაც კი. ავტომატური ჟურნალისტიკა დაეხმარება რეპორტიორებს გადაამოწმონ დიდი რაოდენობის მონაცემთა ბაზა და უფრო სწრაფად შექმნან ახალი ამბები. თუმცა, ადამიანის ინტუიციასა და AI-ზე დაფუძნებულ

მონაცემებს შორის გადამწყვეტი მაინც ჟურნალისტის როლი რჩება.

რისკების შესამცირებლად, აუცილებელია ადამიანების მხრიდან მუდმივი დაკვირვება მედიაზე, იქნება ეს მასალის შინაარსის თვალსაზრისით, ალგორითმის კორექტირებისთვის თუ შემოქმედებითი გადაწყვეტილების მიღებისთვის. პროფესიონალები აქტიურად უნდა იყვნენ ჩართულნი, ჟურნალისტური პროდუქტის შექმნაში, რათა უზრუნველყონ ეთიკური, მიუკერძოებელი და მაღალი ხარისხის შედეგები.

მომავალი მოითხოვს ბალანსის დაცვას ავტომატიზაციასა და ადამიანის შემოქმედებას შორის. მიუხედავად იმისა, რომ AI-ს შეუძლია გაზარდოს პროდუქტიულობა და ეფექტურობა, მედია და კომუნიკაცია მაინც ყოველთვის ადამიანის ფანტაზიას, კრიტიკულ აზროვნებას და ემოციურ ინტელექტს დაეყრდნობა. ის განაგრძობს განვითარებას და, რა თქმა უნდა, მედია ინდუსტრიას დასჭირდება ისეთი გარემოს გაძლიერება, რომელიც საშუალებას მისცემს, როგორც ადამიანის, ასევე ხელოვნური ინტელექტის ფუნქციის გაფართოებას.

ბუნებრივია, დაისმება ლოგიკური კითხვა: ჩაანაცვლებს თუ არა მთლიანად ხელოვნური ინტელექტი ადამიანის აქტივობას? მიუხედავად იმისა, რომ იგი მკვეთრად ცვლის ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებას და საქმიანობას, მაინც ნაკლებად სავარაუდოა, რომ ის მთლიანად ჩაანაცვლებს ადამიანის ინტელექტს, თუმცა, გასათვალისწინებელია, რომ სხვადასხვა რისკები და საფრთხეები თანდათან გაჩნდება.

იმ შემთხვევაში, თუ ადამიანები ხელოვნურ ინტელექტზე კონტროლს დაკარგავენ, ამან შეიძლება გამოიწვიოს არაპროგნოზირებადი და საშიში შედეგები, მაგალითად გაუმართავი, უკონტროლო სისტემების შექმნა, რომელიც სოციალურ ნეგატიური გავლენებისთვის იქნება გამოყენებული.

რისკის შესამცირებლად აუცილებელია, ხელი შევუწყოთ ადამიანისა და ხელოვნური ინტელექტის თანამშრომლობას და არა ჩანაცვლებას. ამისთვის აუცილებელია, შევიმუშაოთ გაძლიერებული ეთიკური ნორმები, რათა განისაზღვროს ხელოვნური ინტელექტის როლი კრიტიკულ სისტემებში, ფოკუსირება მოვახდინოთ კვალიფიკაციის ამაღლებაზე და ხელოვნური ინტელექტის მომავლისთვის სამუშაო ძალის მომზადებაზე. დავრწმუნდეთ, რომ AI შეესაბამება ადამიანურ ღირებულებებს და ექვემდებარება ადამიანის ზედამხედველობას.

საბოლოო ჯამში, ხელოვნური ინტელექტი გადამწყვეტ როლს თამაშობს და მომავალშიც რეგულაციას მოახდენს მასობრივი კომუნიკაციის ინდუსტრიაში, თუმცა გამოწვევა მდგომარეობს ხელოვნური ინტელექტის ფორმირებაში, რომელიც აბალანსებს ადამიანის შესაძლებლობებს და ხელს უწყობს მის მომავალს, როდესაც ტექნოლოგია აძლიერებს და აუმჯობესებს ადამიანურ ყოფიერებას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Tbilisi school of communication: <https://commschool.ge/ra-aris-xelovnuri-intelekti/>
2. IDFI: https://idfi.ge/ge/artificial%20intelligence_international_tendencies_and_georgia
3. UMI: <https://www.goethe.de/prj/umi/ka/the/sfi.html>
4. ChatGPT: <https://chatgpt.com>

THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE MEDIA

Teo Iordanishvili

Student of the mass communication doctoral educational program of the Faculty of Social and Humanities of the Caucasus International University

Khatuna Kacharava

Professor of the Faculty of Social and Humanities, of the Caucasus International University

RESUME:

Artificial intelligence in media and mass communication is a transformative force that is revolutionizing the way information is produced, distributed, and consumed. In today's digital age, its technologies are easily reshaping the very fabric of media by automating tasks, enhancing content personalization, and learning all aspects of audience behavior.

The uniqueness of AI lies in its ability to process large amounts of data and perform complex tasks such as natural language generation, real-time in-depth sentiment analysis, and predictive analytics, which were previously laborious and time-consuming. AI-driven tools are used to detect fake news, streamline important processes, create rich content, generate photo/video content, and more. All of these are resources that we didn't have before and that are now vital because they save us a lot of time, and time is what matters most to us today.

The relevance of AI in this area goes beyond technological advances. It has significant ethical and social implications. While it offers new innovative opportunities, it also poses risks to data privacy, disinformation, and content manipulation in many targeted ways. As the role of artificial intelligence in the media continues to grow, it is essential to establish controls to ensure ethical use, protect transparency, and safeguard democratic processes.

The future of artificial intelligence in media and mass communication is quite high, so its innovations in the future will continue to further refine how media outlets interact with audiences, simplify content production, and better shape the meaning of information in society. This technological evolution requires careful consideration of its benefits and risks to ensure both positive and negative impacts are ensured through practice.

Key words: Media, artificial intelligence, communication, journalist