

Д.В. Неренц

**ЦЕННОСТЬ И БЕСЦЕННОСТЬ ИИ-ТЕКСТОВ
В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

Аннотация. Применение нейросетей сегодня обсуждается на всех уровнях: интернет-пользователя, коммерческой структуры, государства. Технологическая гонка в самом разгаре и уже сложно определить области, куда до сих пор не проникли технологии искусственного интеллекта (ИИ). Отдельную обеспокоенность вызывают правовые и этические аспекты его применения. В мировом медиапространстве начали появляться примеры законов и нормативных актов, пытающихся привести к некоему подобию контроля деятельность разработчиков ИИ, однако их эффективность на данном этапе оценить трудно. Возможности нейросетей постоянно расширяются, и общество уже не может быть уверено, что отличит сгенерированный контент от публикации, созданной человеком. И это становится всё более серьезной проблемой.

Цель данной статьи – выявить достоинства и недостатки текстов, созданных ИИ, и ключевые маркеры, благодаря которым можно распознать такие материалы. Исследование проводилось в 2024–2025 гг. Первый условный этап – опрос студентов факультета журналистики разных курсов на предмет их мнения о достоинствах и недостатках текстов, созданных ИИ. Опрос (респондентам предлагалось ответить на 12 вопросов разных типов) позволил определить положительные и отрицательные черты ИИ-текстов с позиции автора и читателя. Второй условный этап – создание магистрантами второго года обучения того же факультета трех публикаций на заданную тему самостоятельно и с помощью ИИ и определение коллегам, где чье авторство. Результаты проведенного исследования позволили выделить исчерпывающий перечень маркеров, являющихся ярким отличительным признаком сгенерированного контента.

Ключевые слова: искусственный интеллект (ИИ); нейросети; сгенерированный текст; медиатекст; медиа; опрос; журналистика; факультет журналистики.

Неренц Дарья Валерьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики факультета журналистики Российского государственного гуманитарного университета. Россия, Москва.

E-mail: ya.newlevel@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-6370-0157

D.V. Nerents

The Value and Valuelessness of AI-Generated Texts in the Contemporary Media Space

Abstract. *The use of neural networks is currently being discussed at all levels: at the level of an Internet user, a commercial structure, and the state. The technological race is in full swing and it is already difficult to identify areas where artificial intelligence (AI) technologies have not yet reached. The legal and ethical aspects of its application are of particular concern. There are already examples of laws and regulations in the global media space that try to bring some semblance of control over the activities of AI developers, but their effectiveness at this stage is difficult to assess. Meanwhile, the capabilities of AI are growing every day, and the audience can no longer be sure that they will distinguish generated content from a human-created publication. And this is becoming an increasingly serious problem.*

The purpose of this article is to identify the advantages and disadvantages of AI-generated texts and key markers that can be used to recognize such materials. The study took place in 2024–2025. The first stage is a survey of students of the journalism faculty of various courses for their opinion on the advantages and disadvantages of AI-generated texts. The survey (respondents were asked to answer 12 questions of different types) allowed for the identification of the positive and negative aspects of AI-generated texts from the perspectives of both the author and the reader. The second stage involved second-year master's students from the same faculty creating three publications on a given topic, independently and using AI, and having their colleagues identify each author. The results of the conducted research allowed us to identify an exhaustive list of markers that are a striking distinguishing feature of the generated content.

Keywords: *artificial intelligence (AI); neural networks; generated text; media text; media; survey; journalism; Faculty of Journalism.*

Nerents Daria Valer'evna – PhD in Philology, Associate Professor of Department of Journalism Faculty of Journalism, Russian State University for the Humanities, Russia, Moscow.

E-mail: ya.newlevel@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-6370-0157

Введение

Искусственный интеллект (ИИ) уже не первый год привлекает исследователей, работающих в самых разных областях науки. Резкий рост развития ИИ и попытка внедрения данного инструмента во все сферы человеческой деятельности порождают различные беспрецедентные ситуации, которые после обсуждения кладутся в основу первых законов и этических стандартов, призванных регулировать эту область. ИИ сегодня для многих пользователей становится базовой технологией третьей волны развития человеческого общества, аналогом цифровой революции, начавшейся во второй половине XX в.

ИИ уже интегрирован в повседневную жизнь – от смартфонов до онлайн-магазинов и умных колонок. Является ли ИИ общественным благом, способным облегчить и, главное, улучшить нашу жизнь, или же станет в будущем опасным оружием, угрожающим комфортной жизни человечества, – вопрос пока скорее философского, чем практического характера. На данном этапе можно выделить как недостатки, так и достоинства использования нейросетей.

Искусственный интеллект уже не один десяток лет является инструментом, активно применяемым в сфере IT-технологий. Британский психолог А. Гарнэм в своей книге «Искусственный интеллект» (1988 г.) в рамках описания развития ИИ упоминает антикерский механизм – древнее вычислительное устройство с зубчатой передачей, использовавшееся для астрономических расчетов. В частности, исследователь указывает, что бурное развитие нейросетей стало возможным благодаря попыткам создать машины, которые смогли бы не только избавить людей от монотонного умственного труда, но и исправлять допущенные человеком ошибки [Pickover 2021, p. 9]. Таким образом, можно сказать, что стремление создать механические устройства, способные имитировать некую человеческую деятельность, стали появляться еще до нашей эры в Древней Греции.

Термин «искусственный интеллект» был впервые озвучен Д. Маккарти, американским информатиком из Дартмутского колледжа. В 1956 г. в США прошел знаковый для всей IT-отрасли того времени Дартмутский семинар, организаторами которого выступили крупные специалисты в этой сфере – К. Шеннон, представитель Bell Telephone Laboratories, М. Мински из Гарвардского университета, Н. Рочестер из крупной компании IBM и Д. Маккарти. Эта группа ученых стала тем сообществом, которое смогло положить начало активным дискуссиям о возможностях применения ИИ. Одной из задач встречи было намерение доказать, что «машина» может выполнять любые задачи и предоставить информацию о любом аспекте явления действительности, если его точно и детально описать ей [Dornmehl 2017, p. 52]. В современных реалиях четко написанные задачи для ИИ для получения желаемого результата уже стали общеизвестным условием, которое не является секретом.

Первые программы распознавания лиц стали появляться в середине 1960-х годов: в них большую роль играли люди, вручную создававшие изображения человека с разных ракурсов и загружавшие их в систему. Сейчас же компьютер сравнивает лицо с изображением из базы данных, а в ряде систем активно применяются трехмерные датчики. В 1970-х годах американская корпорация IBM создает первый в мире голосовой ассистент под именем Shoebox (с англ. – коробка для обуви). С тех пор применение нейросетей становится все более распространенным. При этом в нашей стране такой инструмент начал широко использоваться лишь с 2017 г., когда аудитории стал доступен виртуальный помощник «Алиса», разработанный «Яндексом» (хотя пользователи смартфонов от Apple уже с 2014 г. могли применять «голосовые команды» благодаря вне-

дренной в устройства программы Siri). Позже данный инструментарий начали активно использовать банки, первым это сделал «Сбербанк России», а с 2023 г. ИИ-ассистент в виде чат-бота появился в государственных сервисах (например, на «Госуслугах» или «Едином транспортном портале»). Теперь виртуальных помощников можно встретить на сайтах магазинов, некоммерческих организаций, маркетплейсов и др.

Существует классификация с тремя ступенями развития ИИ [Колодка, Метелкин, Леоненко 2023, с. 41]. Первый тип (нижний уровень иерархии) – слабый ИИ (Narrow Artificial Intelligence, или NAI), или нейросети, т. е. технология, способная учиться на предложенных данных и выполнять исключительно четко поставленные задачи на основе прописанных решений, или алгоритмов. К такому типу относятся самые распространенные на сегодняшний день инструменты – различные чат-боты, системы распознавания речи, переводчики, рекомендательные системы. Они могут выполнять простейшие задачи. Второй тип – так называемый Artificial General Intelligence или сильный ИИ. В таких программах пользователь может взаимодействовать с настоящим «машинным разумом», способным работать в режиме многозадачности и создавать оригинальные, собственные, а не сгенерированные проекты. Третий тип – искусственный сверхинтеллект (Artificial Super Intelligence, или ASI), способный превзойти человеческий ум в любой сфере, в том числе в науке, творчестве и социальных навыках. Учитывая, что сейчас разработчики взаимодействуют только с первым типом ИИ, можно предполагать, что в ближайшие несколько десятков лет появится второй тип, самостоятельный и более мощный. О третьем типе ИИ пока можно говорить только в контексте научной фантастики.

Непрерывное совершенствование систем ИИ и их повсеместное внедрение в различные сферы деятельности приводит к тому, что человек перестает замечать присутствие «машины». Это проявляется на разных уровнях: на уровне потребления информации, в особенности из социальных медиа, на уровне поиска товаров или услуг и совершения покупок в Интернете, на уровне поиска необходимых данных, на уровне общения (особенно с представителями различных организаций). Становится все менее понятно, кто вступает в коммуникацию – голосовой ассистент или «живой» оператор колл-центра. Особенно остро эта проблема в 2025 г. проявилась среди более возрастной аудитории, которая не всегда может оперативно сориентироваться в технологических нововведениях.

Серьезные опасения вызывает отсутствие маркировки ИИ-текстов при их публикации в открытом информационном пространстве. Известно, что качество работы нейросети и, как следствие, качество создаваемого ими продукта, полностью зависит от баз данных, на которых она обучалась, а также от навыков разработчиков, которые ее создавали. Многие тексты, созданные «машинной», содержат в себе фактически неверные данные, могут включать даже

полностью выдуманные события или несуществующих персоналий. В итоге человек рискует быть введенным в заблуждение. В то же время пользователи ИИ отмечают шаблонность фраз, наличие клише в текстах, легко узнаваемую, одинаковую стилистику текстов и однотипные грамматические конструкции. Получается, что регулярное использование нейросетей для написания материалов приводит к оскудению языка и потере авторского стиля.

Цель проводимого нами исследования – определить ключевые маркеры, которые позволят распознавать текст, написанный ИИ. Сбор данных проводился нами в два этапа. Первый условный этап (февраль-март 2025 г.) – *опрос среди студентов бакалавриата* 1–4 курсов (было опрошено 167 человек) факультета журналистики Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ)¹. Студентам предложили ответить на 12 вопросов разных типов – пять вопросов закрытого (опрашиваемые выбирали ответ из предложенных им вариантов), шесть – открытого (требовался развернутый самостоятельный ответ, без возможности выбора каких-либо вариантов) и один смешанного². Второй условный этап (октябрь 2024 г.) – *исследование-эксперимент среди магистрантов* второго года обучения того же факультета РГГУ³. 14 магистрантов в течение двух недель должны были выполнить задание: написать три вида текстов самостоятельно и с помощью ИИ. Первый текст – новостная заметка на любую тему, второй – подборка пяти информационных ресурсов, полезных для работы журналиста, третий – статья об особенностях использования технологий нейросетей в СМИ. В общей сложности обучающиеся представляли шесть текстов, три – написанные ими, три – сгенерированные. Далее в рамках занятий участники эксперимента смотрели тексты друг друга, определяя, какие созданы человеком, а какие – «машиной».

Результаты опроса «Маркеры распознавания ИИ в медиатекстах» среди студентов бакалавриата факультета журналистики РГГУ

Опрос, проведенный нами среди студентов бакалавриата, показал, с одной стороны, ожидаемые результаты, с другой – позволил увидеть нюансы, на которые ранее никто особого внимания не обращал. При этом нами были получены и противоречивые ответы, о чем отдельно будет написано далее.

1. Стоит отметить, что это предварительные результаты и опрос будет продолжен для уточнения результатов и увеличения количества опрашиваемых.

2. Вопросы закрытого типа были разбиты на две части (три и два), а между ними помещены один вопрос смешанного типа и шесть вопросов открытого типа. По нашей задумке два вопроса закрытого типа подводят итог опроса. Первые два вопроса носят отчасти отсекающий характер, однако респонденты, ответившие на них отрицательно, продолжили участие в опросе.

3. Данный эксперимент хронологически предшествовал описанному выше опросу и подтолкнул нас к работе со студентами бакалавриата.

На вопрос, известно ли студентам о том, что в средствах массовой информации *встречаются тексты, сгенерированные ИИ*, без предупреждения об этом, 79,8% ответили утвердительно, одновременно каждый пятый респондент (20,2%) указал, что он об этом ничего не знает.

При ответе на вопрос о том, *встречались ли* респондентам в СМИ *тексты, созданные ИИ*, которые были бы студентами самостоятельно определены как сгенерированные, мнения опрашиваемых разделились. Свыше четверти (28,1%) закономерно ответили отрицательно, каждый третий (33,7%) – утвердительно, оставшееся незначительное большинство (38,2%) затруднилось с ответом.

Из общего вопроса *об отношении к текстам, созданным ИИ*, почти половина респондентов (48,3%) указала, что такой материал ей не нравится, поскольку чувствуется, что что-то не так, написано непривычно и со странными выражениями. Но около 2/5 (44,9%) относится к этому равнодушно – все равно, кто написал, «главное, чтобы не фейк и по делу». Незначительному числу опрошенных (6,7%), наоборот, нравится такой текст, так как он выглядит интересно и почти не отличается от написанного человеком.

Далее студентов попросили отметить, *какого рода сгенерированные элементы медиатекста встречаются им чаще всего* в информационном пространстве. Отвечая на вопрос смешанного типа, респонденты могли выбрать один из девяти предложенных вариантов или написать свой вариант ответа. В результате, 78,7% выбрали визуальные элементы, фотографии и рисунки. 58,4% студентов отметили статьи-списки по типу топ-5 лучших сериалов, далее, на третьем и четвертом местах, с небольшим отставанием (57,3% и 53,9% соответственно), – короткие сообщения или новостные заметки и инфографика. Свыше 1/3 опрошенных (37,1%) указали справочную информацию, менее трети (30,3%) – рейтинги и прогнозы. Каждый пятый (по 21,3%) отметил лонгриды⁴ и аналитические статьи, а также рецензии и комментарии. Свой вариант ответа предложило подавляющее меньшинство (3,3%), один из них – посты в новостных каналах популярного кроссплатформенного мессенджера. Вместе с тем если рецензию и комментарий, подготовленные нейросетью, действительно можно встретить, то в отношении лонгридов и прогнозов, сочиненных ИИ, существуют определенные сомнения (остается до конца неясно, действительно ли студенты сумели распознать работу «машины», и что именно подтолкнуло их к указанному выводу).

На шесть вопросов студентам было предложено ответить развернуто; полученные ответы были нами систематизированы, что позволило выявить

4. Лонгрид – медиатекст большого объема с мультимедийными элементами (фотографиями, инфографикой, видео- и/или аудиозаписями), который композиционно состоит из серии нескольких публикаций, объединенных одной темой, либо разделен на подтемы.

наиболее частотные из них, а также несколько ответов, противоречивших другим. При описании *маркеров распознавания сгенерированных текстов по смысловым признакам* 83,5% студентов (свыше 4/5 опрошенных) назвали некорректные формулировки, повторы слов, потерю логики повествования за счет сюжетных несоответствий. Почти 2/3 респондентов (62,9%) указали шаблонный характер текстов и использование речевых клише. Больше половины, 52,6% человек, отметили многочисленные повторы мыслей, чрезмерное количество вводных конструкций, малоиспользуемые в русском языке речевые обороты, а также бессодержательность самого текста⁵.

Получается, что впечатление от таких текстов у респондентов разные: кто-то считает его шаблонным и максимально простым с позиции восприятия информации, отмечает отсутствие глубины содержания. Другая группа опрошенных, напротив, указывает на сложность понимания материала, специфическую стилистику.

Отвечая на открытый вопрос о *маркерах ИИ-материалов по текстовым признакам*, 63% студентов указали на пунктуационные ошибки (причем часть отметила их чрезмерное количество, а другая часть, наоборот, указала на явное их отсутствие). На втором месте оказалось наблюдение, связанное с отсутствием в текстах восклицательных и вопросительных конструкций (54,9%). Далее выделим композиционные особенности, которые проявились в разделении текста на части с обязательными подзаголовками (причем не всегда это было оправдано) – подобное отметили 42,7% магистрантов. Еще 35,2% замечали наличие определенных графических символов – звездочки вместо двоеточия, тире вместо дефиса, двоеточие вместо точки в конце предложения. Интересно, что 21,9% (т. е. каждый пятый) выделили как отличительный признак частую незаконченность мыслей и короткие предложения. При этом, каждый десятый опрошенный, 9,2% респондентов, напротив, считает, что в ИИ-текстах слишком тяжелые для восприятия, длинные предложения, а материал написан в официально-деловом стиле. Подводя промежуточные итоги, можно отметить, что большинство респондентов указали на наличие пунктуационных и орфографических ошибок, однако другая часть (хотя их было сравнительно меньше), наоборот, выделили отсутствие опечаток и высокий уровень грамот-

5. Среди интересных ответов выделим: «Непоследовательное изложение мысли. Общие выражения, нехватка смысла. Повторение одних и тех же тезисов разными словами»; «Отсутствие эмоциональной окрашенности»; «Содержание обобщено, иногда оторвано от реальности. Текст не всегда понятен обывателю, сух и содержит неподтвержденные факты»; «Обычно нет причинно-следственной связи, все как-то раскидано»; «Стилистически текст подогнан под английский язык, использование слов, которые практически не встречаются в русской речи»; «Текст разделен на части, есть обязательно заключительный абзац»; «Излишняя простота (как будто текст написал пятиклассник)».

ности текста⁶. Учитывая такие противоречивые ответы, можно предположить, что характер отзывов зависит от самой нейросети, а точнее от того, насколько хорошо она обучена, кто является ее создателем, платная или бесплатная версия используется. Большое значение имеет и грамотное и четкое написание промта⁷.

Отдельный вопрос был посвящен *преимуществам сгенерированного текста с позиции автора*. Существенная экономия времени при поиске информации и написании текста стала главным плюсом, который выделили 93,8% опрошенных. Создание неких шаблонов в виде плана или основы текста, а также помощь в формулировке идеи отметили 54,2%. Чуть более четверти (27,4%) считают, что ИИ может помочь избавиться от боязни «белого листа», сделать материал более объективным (избежать наличия авторской позиции) и оперативно исправить все грамматические недочеты⁸.

Далее студентам было предложено определить *преимущества сгенерированного текста с позиции читателя*. На отсутствие таких указали 63,8%. Легкий с позиции восприятия текст, лишенный замысловатых фраз и сложных оборотов речи, – то достоинство, которое отметили 22,1%. Каждый шестой опрошенный указал на то, что такие тексты позволяют получить нужную информацию в максимально упрощенной форме, что гораздо удобнее, чем искать в разных источниках (так считают 16,9%)⁹.

Последние два вопроса открытого типа, требующие развернутого ответа, предлагали студентам поразмышлять, в чем заключаются *недостатки ИИ-текстов как с позиции автора*, так и *с позиции читателя*. Снижение когнитивных навыков и способностей человека к творчеству, а также отсутствие

6. Среди ответов стоит выделить: «Простая структура текста. Отсутствие анализа»; «Ошибки в орфографии и пунктуации, либо же чрезмерное использование сложных слов, проф. жаргона и т. д.»; «Однообразный стиль. Слишком идеальная орфография и пунктуация»; «Бывают опуски в словах, очень часто встречаются повторения, неправильно построены предложения»; «Очень много коротких предложений, чаще всего короткое – длинное – короткое»; «Не всегда верно написаны аббревиатуры, часто предложение может быть «обрезано» знаком препинания, из-за чего теряется смысл»; «Потерянные окончания, иногда слова превращаются в «кашу»».

7. Промт – задание, которое в текстовой форме дается нейросети для выполнения. Отметим, что чем подробнее будет описано задание и чем больше деталей будет отмечено, тем соответственно четче и точнее будет выполнен запрос.

8. Среди ответов встретились следующие: «Сгенерированный текст может более точно сформулировать определенные термины, помочь глубже разобраться в теме»; «Легче в написании, помогает выразить мысль более точно»; «Инструмент разработки идей»; «Данный текст будет корректно и стилистически сформирован».

9. Среди ответов встречаются мнения: «Новости, сгенерированные ИИ, могут быть разделены на части или пункты, что даст читателю возможность лучше понимать информацию, не читая большое количество текста»; «Искусственный интеллект объективнее человека».

авторской уникальной стилистики – главный недостаток сгенерированных материалов (это мнение 46,1% опрошенных). 1/4 респондентов указали на риски получить фейковые сведения или устаревшие данные, еще 11,4% считают существенным недостатком вынужденную трату времени на перепроверку и редактирование полученного материала. 7,2% отметили поверхностное освещение проблемы, однотипность, шаблонность предложений, нехватку эмоциональности. Остальные ответы носили единичный характер (15,3%), среди которых был вариант об отсутствии существенных минусов, о неполноте полученной информации, а также о наличии канцеляризма и неточностях.

Что касается минусов сгенерированного текста с позиции читателя, можно сказать, что во многом отмеченные мысли схожи с ответами на предыдущий вопрос. Самым частым было мнение, что не хватает отсутствие эмоциональной окраски и авторского подхода (42,8%), далее – недостоверная и/или устаревшая информация (29,6%), бессвязность мысли и повторы (14,1%), отсутствие в тексте фактов (13,5%). В этом вопросе все ответы удалось сгруппировать по представленным четырем позициям, единичных высказываний, отличных от мнения большинства, не встретилось.

При ответе на четвертый вопрос закрытого типа (предлагалось девять вариантов ответа) было установлено, что *главными опасностями*, с которыми могут столкнуться пользователи при работе с ИИ-текстами, студенты считают получение – шаблонного текста без конкретных данных или с искаженными данными (84,3%), фейка (71,9%), слишком общего описания, без фактической базы (68,5%). Более половины респондентов опасаются получить устаревшие данные (55,1%) и материал не по теме (52,8%). Потеря личных данных беспокоит только каждого десятого опрошенного (13,5%), что говорит о явно недостаточном понимании студентами принципов работы нейросетей и возможностей их использования злоумышленниками. И лишь один человек (1,1%) ответил, что ИИ-тексты совершенно безопасны.

Заключительный вопрос закрытого типа о *вероятности в ближайшие пять лет доминирования в информационном поле текстов, сгенерированных ИИ*, позволил определить настороженность и даже осторожность при работе с нейросетями. Почти 3/4 (71,6%) указали, что аналитика и истории о людях, где нужен эмоциональный подход, по-прежнему останутся прерогативой человека. Каждый восьмой (13,6%) убежден, что небольшие новостные заметки и справочная информация – то, что ИИ делает сейчас и будет продолжать делать в будущем. 9,1%, или каждый десятый, прогнозирует увеличение количества ИИ-текстов, которые будут доминировать в информационном пространстве. Некоторые опрошенные (5,7%) указывают, что ИИ будут заниматься только подбором информации, т. е. будет вспомогательным инструментом.

Благодаря полученным результатам удалось подметить и выделить интересные нюансы создания текстов нейросетями, а также определить, в чем пре-

имущества и недостатки таких материалов с позиции автора и читателя. У студентов нет четкого понимания того, как относиться к резкому развитию ИИ-технологий, а также того, что нас ждет в будущем в связи с повсеместным стремлением внедрить ИИ во все сферы жизнедеятельности. При этом есть более-менее четкое представление о маркерах распознавания сгенерированных текстов, поскольку многие ответы дублировали друг друга и лишь несколько носили одиночный характер. Можно отметить ключевые позиции и того, что касается понимания достоинств и недостатков использования ИИ-текстов. Интересно, что, если для писателя достоинств достаточно (быстрота, оперативность создания текста, подбор фактов, нужных данных, помощь с идеей и формулировкой плана и др.), то для читателя таких плюсов гораздо меньше (большинство указало, что их нет вовсе). При этом самыми частотными недостатками названы шаблонность текста, использование недостоверной информации, клише и штампы, графические знаки (зачастую там, где их не должно быть), простые однотипные речевые конструкции, напоминающие перевод с иностранного языка, сухость и отсутствие привлекательности в подаче информации, неоправданная разбивка текста на подтемы и использование коротких предложений, обрывающих мысль буквально на середине. Неоднократно назывались и повторы мысли, однообразные вводные конструкции, официально-деловой стиль изложения. Указанные ответы, с одной стороны, заставляют задуматься о том, насколько давно и умело пользуются студенты данными цифровыми технологиями, с другой – позволяют понять, что ответы напрямую зависят от того, какой нейросетью пользуется человек, а также насколько грамотно он умеет составлять запрос.

Результаты исследования-эксперимента: создание ИИ-текстов разных форматов магистрантами факультета журналистики РГГУ

Исследование-эксперимент с магистрантами в рамках дисциплины «Современный медиаландшафт» стало интересным опытом, поскольку обучающиеся оказались в разных условиях: кто-то впервые написал тексты с помощью ИИ, кто-то уже работал с нейросетями. С заданием в целом справились все, однако, у кого-то тексты собственного сочинения и сгенерированные материалы имели заметные отличия, а у кого-то, наоборот, оказались максимально похожи. Когда магистранты угадывали первые три раза, определить ИИ-тексты было сложно, однако впоследствии стали прослеживаться определенные признаки, позволяющие разграничивать тексты под авторством студентов, и при анализе последних пяти работ, практически никто из группы не испытывал трудности с распознаванием сгенерированных материалов.

При выполнении задания магистранты использовали две доступные нейросети. Первая – американский ChatGPT (принадлежит компании OpenAI),

вторая – российский GigaChat (создан «Сбером»)¹⁰. Вне зависимости от выбранной нейросети ИИ-тексты отличались наличием шаблонных выражений, повторов мыслей, которые могли быть перефразированы, специфической стилистикой текста. Эти признаки позволили легко распознать авторство.

При выполнении первого задания (написание новостной заметки на свободную тему) получилось определить группу маркеров ИИ-текстов. Самым главным стало отсутствие конкретной, точной информации о произошедшем. Тексты, созданные нейросетями, содержали в себе общие сведения, которые можно было бы указать при описании, по сути, любого события. В сгенерированных текстах не было деталей, конкретных дат или организаторов, если речь шла о мероприятии. При этом ИИ легко придумывал цитаты (причем в виде прямой речи), а также авторов этих цитат – людей, которые не имеют никакого отношения к описываемому событию. Например, в тексте об открытии выставки «Передвижники» в Третьяковской галерее в Москве нейросеть написала: «Выставка будет работать до конца февраля 2025 года и станет важным событием для всех любителей искусства». Помимо неверной даты (на официальном сайте музея было написано, что мероприятие будет проходить до 6 апреля 2025 г.), нейросеть буквально выдумала куратора этой выставки, написав: «Как отметил куратор выставки, искусствовед Анна Смирнова: “Мы хотели показать не только художественные достижения передвижников, но и их вклад в формирование общественного мнения и культурной идентичности России”». На том же официальном сайте четко указано, что куратором является Татьяна Юденкова, известный историк искусства. Следовательно, сама цитата также является фейком. Другая новость, предлагаемая для анализа магистрантом, была посвящена открытию голосования за лучший книжный магазин. Текст, который предложил ИИ, вовсе не содержал никаких конкретных данных: «Голосование продлится до конца декабря, и каждый житель Москвы сможет выбрать свой любимый книжный магазин». Точная дата не указана. Или еще: «...Мы хотим, чтобы москвичи активно участвовали в голосовании и выбирали лучшие из лучших», – отметил руководитель Департамента средств массовой информации и рекламы». Кто этот руководитель – непонятно, поскольку его имя и фамилия просто отсутствуют.

Интересно посмотреть на оформление текста. В качестве отличительной особенности сгенерированного текста можно отметить отсутствие традиционного для наших текстов варианта кавычек-«елочек», особенно при цитировании: «“Передвижники” – это не просто название выставки, это целая эпоха в русской культуре, которая отражает социальные перемены и стремление к правде жизни». Ни в одном из 14 сгенерированных текстов не было этого привычного для нас вида кавычек.

10. Тексты двух указанных нейросетей между собой не сравнивались (это предполагается сделать в будущем).

Стилистика текста также может стать опознавательным знаком. Нередко нейросеть предлагала конструкции, похожие на дословный перевод с иностранного языка. Это заметно в следующем примере (здесь и ниже курсив наш. – Д. Н.): «Во время игры Литвин *оказался вовлечен в драку с болельщиками* команды соперника. Причиной конфликта стали оскорбления в адрес Литвина, на которые он *отреагировал физическим ударом*. Это привело к задержанию блогера полицией на 48 часов». В качестве нехарактерных для журналиста выражений можно привести и следующее предложение: «В голосовании примут участие 10 книжных магазинов, *расположенных по всей Москве*». Подобные примеры подтверждают наличие очевидных несовершенств, характерных для работы искусственного интеллекта.

Второе задание, которое включало в себя *создание подборки топ-5 информационных ресурсов для работы журналиста*, также позволило выделить некоторые маркеры, но уже с другого ракурса. Главным отличием подборки магистрантов от подборки ИИ стали известные, но международные ресурсы, которые предлагала нейросеть. Несмотря на их полезность и известность, для российских журналистов они малоподходящие. В итоге, чат-бот предлагал обращаться к The New York Times, BBC News, Reuters, Wikipedia, Google News, а магистранты выделили в качестве самых полезных электронные библиотеки и отечественные информационные агентства. Еще одно наблюдение: если участники эксперимента указывали только категорию (новостные порталы, цифровые архивы), то ИИ предлагал конкретные интернет-порталы. Кроме того, магистранты составили обычный список, а нейросеть представила еще и краткое описание каждого ресурса.

В вариантах, предлагаемых ИИ, встречались неактуальные ресурсы. Как пример: в 3 из 14 подборок фигурировали «Яндекс.Новости», хотя сайт не работает с сентября 2022 г. (его место занял «Яндекс.Дзен»). Еще один пример – видеохостинг YouTube как полезный ресурс для журналистов. Ни один магистрант не указал его, поскольку работа портала была замедлена на территории РФ и пользоваться им стало практически невозможно, о чем ИИ, конечно, не знает, поскольку обучен на уже устаревших данных.

В рамках третьего задания обучающимся было предложено представить *два варианта статьи на одну тему* «Способы использования ИИ в медиа». Именно эта работа позволила выявить больше всего отличий в текстах, написанных людьми, и сгенерированных. Одним из самых ярких стали примеры только из зарубежной практики: «...компания NVIDIA разработала платформу StyleGAN, которая позволяет создавать реалистичные изображения людей на основе нескольких фотографий», или «...система Cyborg от Bloomberg генерирует финансовые отчеты, анализируя данные в реальном времени... системы вроде Wordsmith от Automated Insights активно применяются для создания простых новостей и отчетов», и еще: «Системы анализа данных, такие

как Socialbakers и Hootsuite, предоставляют мощные инструменты для мониторинга активности в социальных сетях...».

Этот маркер стал самым очевидным, потому что магистранты в своих статьях приводили примеры преимущественно из опыта российских медиа: «Среди средств массовой информации ИИ внедрили «Интерфакс», «РИА Новости», РБК, Sports.ru», или «...«Газета.Ru», входящая в медиахолдинг «Rambler&Co», первой из российских СМИ интегрировала в работу ИИ от Сбера», и еще: «Информационное агентство «ТАСС» с начала 2024 года перешло на новую цифровую платформу, где нейросети помогают верифицировать новости в автоматическом режиме». Таким образом, кейсы США и европейских стран в тексте, а также отсутствие примеров из деятельности российских СМИ позволили сразу же определить авторство.

Отличительным признаком ИИ-текстов стало наличие подтем и разбивка текста на смысловые блоки, что было не всегда оправданно. Отдельная подтема часто была сделана для одного абзаца текста, а сами заголовки у некоторых статей были абсолютно идентичны. Например, в качестве подтемы была заявлена: «Автоматизация контента». При этом текст состоял всего из трех предложений: «Одним из самых заметных применений ИИ в СМИ является автоматизация создания контента. Журналистам не всегда удается осветить все важные события, и здесь на помощь приходят алгоритмы, которые могут быстро генерировать новости на основе имеющихся данных. Например, в некоторых новостных агентствах используются программы для написания отчетов о спортивных событиях или финансовых отчетах». После этого отрывка, который не несет в себе, по сути, никакой полезной информации, а состоит из общеизвестных сведений, идет уже следующая подтема под названием «Персонализация новостей» (этот блок также состоит из трех предложений). Заканчивается ИИ-статья у большинства одинаково – небольшим абзацем под заголовком «Заключение». В то же время, 12 из 14 написанных магистрантами статей вообще не были разбиты на подтемы и представляли собой сплошной текст, включавший в себя мысли экспертов и примеры использования технологий ИИ из современной практики российских СМИ.

В статьях, равно как и в новостных заметках, можно отметить стилистику, характерную для текстов нейросети. Как пример: «...рекомендательные системы, такие как у YouTube, Netflix и Spotify, собирают данные о действиях пользователей и на их основе предлагают *индивидуализированные рекомендации*», или так: «Это создает более *индивидуализированный опыт* для пользователей». Еще пример: «Медиаорганизации смогут предложить аудитории новые способы взаимодействия с контентом, что *сделает их опыт более глубоким и персонализированным*». Или: «...используют ИИ для рекомендаций фильмов, сериалов и видео, что значительно повышает *удовлетворенность пользователей* и увеличивает время, проводимое ими на платформе».

Подводя итог, можно сказать, что распознать сгенерированные тексты возможно. Ниже представлен ряд маркеров, которые были выделены на основе проведенного исследования:

- нехватка конкретных данных, важных деталей, наличие общих фраз и неточных формулировок;
- отсутствие точных фактов, которые можно было бы проверить в альтернативном источнике, или недостаточное их количество (например, нет конкретного числа, указан только месяц и год);
- наличие многочисленных повторов, пересказ одного и того же разными словами;
- специфическая стилистика текста (тексты похожи на дословный перевод с иностранного языка без дальнейшего редактирования);
- присутствие в тексте клише и канцеляризмов;
- необычное композиционное построение текста (неоправданная разбивка на подтемы, однотипные и неинформативные подзаголовки);
- зарубежный опыт как единственный пример при описании какого-то явления (чаще всего опыт США);
- отсутствие замен существительных на местоимения и неудачный подбор синонимов, из-за которых может быть потерян смысл предложения.

Данный список представляет собой неполный перечень отличительных признаков ИИ-текстов, который будет дополнен при дальнейшем исследовании (планируется организации фокус-групп, которые будут работать над распознаванием сгенерированных текстов). Предполагается, что полученные результаты позволят получить более четкое понимание работы нейросетей и расширят список маркеров сгенерированных текстов.

Заключение

Подводя предварительные итоги нашего исследования, которое вскоре будет продолжено, можно определить достоинства и недостатки использования ИИ-текстов, а также описать те маркеры, которые удалось выделить в ходе проведенных исследований.

Главными преимуществами сгенерированных текстов является быстрота их написания и оперативный подбор фактической базы, которую автор мог искать на протяжении долгого времени. Кроме того, безусловным плюсом является простота и краткость, отсутствие дополнительных данных, которые отвлекали бы от сути проблемы, короткие и понятные предложения, а также объективность, которая подразумевает отсутствие субъективности и эмоционального фона. К недостаткам, прежде всего, относится шаблонный характер текстов и отсутствие авторского стиля, интересных ярких выражений, средств языковой выразительности; опасность фейковой недостоверной информации

или устаревших данных; множественность клишированных фраз и однотипный характер композиции построения мысли, зачастую может исчезать логика повествования (текст будто мозаика – собран из разных кусочков), наблюдается обрывочность и искажение предоставляемых сведений.

В качестве маркеров ИИ-текстов выделяются:

- 1) неточные формулировки и общие фразы вместо конкретных данных;
- 2) нехватка фактического материала, информация сомнительного характера, требующая проверки;
- 3) многословие и неоднократное дублирование одних и тех же мыслей;
- 4) разбивка на подтемы;
- 5) использование тире и звездочек при перечислении, постановка в конце предложений двоеточия вместо точки;
- 6) абсолютное преобладание зарубежных примеров при неуточненном запросе.

Можно заметить, что молодая аудитория уже имеет опыт использования нейросетей и понимает, с какими сложностями может столкнуться. Например, есть четкое понимание, что ИИ может выдать фейк или текст по шаблону, и что этот материал необходимо проверять и редактировать. При этом также есть понимание, что не всегда ИИ-тексты можно отличить от написанных человеком, и если нет пометки на сайте, то, скорее всего, большинство людей даже не задумается об этом. Между тем сгенерированных текстов становится все больше, они непрерывно наводняют наше информационное пространство, заменяя человека в создании новостных лент, подборок и рекомендаций, ответах на самые популярные вопросы пользователей, в написании постов для социальных сетей и т.п. И далеко не всегда удается понять, что тебе отвечает не человек, а компьютерная программа. Что с этим делать – вопрос открытый, который уже не первый год обсуждается на разных уровнях, начиная от уровня школ и вузов и заканчивая правительственными структурами и министерствами. Точного ответа на данный момент не существует, поэтому единственно действенным остается ответственность самого потребителя медиаконтента, критическое осмысление всей получаемой информации и понимание того, что все данные следует перепроверять, особенно если они несут в себе какой-то глубокий посыл или призыв к действию.

Библиография

Колодка А.А., Метелкин П.В., Леоненко В.В. Искусственный интеллект: защитить и защититься // Интеллектуальные транспортные системы. 2023. № 25. С. 37–43.

Pickover C. Artificial Intelligence: An Illustrated History: From Medieval Robots to Neural Networks. New York: Sterling Publishing Co., Inc., 2021. 224 p.

Dormehl L. Thinking Machines. New York: TarcherPerigee, 2017. 218 p.

References

- Dormehl L. Thinking Machines. New York: TarcherPerigee, 2017. 218 p.
- Kolodka A.A., Metelkin P.V., Leonenko V.V. Iskusstvennyy intellekt: zashchitit' i zashchitit'sya [Artificial Intelligence: Protecting and Defending Yourself]. Intellektual'nye transportnye sistemy [Intelligent transportation systems]. 2023. N 25. P. 37–43. (In Russ.)
- Pickover C. Artificial Intelligence: An Illustrated History: From Medieval Robots to Neural Networks. New York: Sterling Publishing Co., Inc., 2021. 224 p.