

## РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНІЙ ГАЛУЗІ

Штучний інтелект — це здатність машин імітувати людські навички, такі як міркування, навчання або планування. Мета ШІ (штучного інтелекту) полягає у виконанні завдань і послідовно удосконалювання операції на основі зібраної інформації. Він використовується в багатьох різних галузях, таких як: охорона здоров'я, фінанси, транспорт, видавництво і поліграфія.

Багато людей, коли чують про штучний інтелект у видавничій справі, пов'язують його з фактом написання книг роботами. Але це не так. Із розвитком використання штучного інтелекту у видавництві, письменники не можуть бути замінені роботами, адже для написання творів необхідний людський мозок, проте він здатний посилювати головну діяльність видавництва на багатьох різних рівнях. Саме у видавництві штучний інтелект може спрощувати процеси, такі як редагування, форматування та перевірка граматики. Це дає видавцям і письменникам більше часу, щоб зосередитися на більш важливих речах, таких як більш якісний контент.

Згідно з дослідженнями [1], видавничі компанії, в першу чергу, впроваджують штучний інтелект у відділах маркетингу та дистрибуції. Штучний інтелект також визнаний цінним інструментом як для редакційних, так і для виробничих колективів. ШІ дає можливість вдосконалювати та прискорювати різні процеси, керувати редакційним робочим процесом, а також вдосконалювати стратегії просування — одним словом, це може допомогти людям, не замінюючи їх.

Прикладом може слугувати автоматизований аналіз тексту, який може виявити плагіат-вміст без введення людини і, таким чином, зменшити редакторське навантаження. Ця функція також може стежити за порушенням авторських прав на сторонніх видавничих платформах.

Окрім вищезазначених прикладів завдяки технологіям, намітився значний прогрес у створенні засобів автоматизації професійних перекладів, що покращило доступність до змісту різних мов. Штучний інтелект також усуває ризик людської помилки і одночасно прискорює час для виходу на ринок перекладеного контенту.

Використання ШІ все більше і більше популярне серед великих видавців, що мають стабільну позицію на ринку — вони можуть

дозволити витратити гроші на цей вид розвитку. Наприклад видання «Блумберг» (з англ. “Bloomberg”). Вони використовують рішення під назвою *Syborg*. Вона допомагає зі створенням контенту та управлінням. Вона може генерувати тисячі статей про звіти про доходи компанії в кінці кожного кварталу. *Syborg* запрограмовано ідентифікувати та витягувати ключові числа зі звітів. Існує ряд проблем, що стоять на шляху впровадження ШІ удосконалення видавничої галузі, а фінансові питання — на вершині списку.

Згідно з дослідженнями Франкфуртера Бучмесса і Гулда Фінча, основною проблемою в реалізації використання штучного інтелекту є фінансова сторона. Багато видавців вважають, що необхідно вкласти великі суми грошей і не існує гарантії того, що ці вкладені гроші зможуть стовідсотково окупитись. Крім того, впровадження таких нововведень вимагає працевлаштування нових кваліфікованих працівників, що також вимагає окремих значних витрат.

Іншими проблемами також можуть бути проблеми, такі як відсутність кількісних тренувальних даних, відсутність стратегії даних, відсутність знань, невпевненість видавців у тому, що вони можуть прийняти це поліпшення, проблеми з упередженнями.

Насправді ж, у майбутньому штучний інтелект може відігравати велику роль у видавничій справі. Інвестування в штучний інтелект не означає менше робочих місць для людей. Автоматизація вже мала реальний вплив на поліпшення створення контенту, розповсюдження, споживання і це має вирішальне значення для майбутньої журналістики. Штучний інтелект вже вдосконалює процеси публікації для видавців і роль, яку він відіграє, тільки збільшиться.

Слід пам'ятати одне — найбільших ефектів буде досягнуто тоді, коли штучний інтелект буде співпрацювати з людиною.

### Список літератури

1. Buchmesse F., Finch G. “The Future Impact of Artificial Intelligence on The Publishing Industry”. 2019. 24 p.

Науковий керівник: Шипова М. К.