

*Асташкин А. Г.*

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПОТЕНЦИАЛ НЕЙРОСЕТЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

**Аннотация.** В статье уточняется современная специфика геймификации. Автор обозначает границы использования интерактивного медиаконтента и нейросетей в высшем образовании. Рассматривается их потенциал при подготовке специалистов в сфере массовой информации и массовой коммуникации с учетом особенностей восприятия и потребления информации современными обучающимися.

**Ключевые слова:** геймификация, медиаобучение, нейросети, персонализированный контент, методика обучения, «поколение Z»

*Astashkin A. G.*

## **THE POTENTIAL OF NEURAL NETWORK TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF TRAINING INFOCOMMUNICATION SPECIALISTS**

**Abstract.** The article clarifies the modern specifics of gamification and the boundaries of the use of interactive media content and neural networks in higher education, examines their potential in training specialists in the field of mass information and mass communication, taking into account the peculiarities of perception and consumption of information by modern students.

**Keywords:** Gamification, media training, neural networks, personalized content, teaching methods, “generation Z”.

Влияние интернета на современный информационный сектор можно сравнить с революцией. Меняются «правила игры» коммуникационного пространства — эволюционируют базовые модели, логика обработки информации и инструменты производства контента. Результатом является трансформация запросов к навыкам будущих информационных специалистов. Меняются и наши обучающиеся. «Цифровые аборигены», с которыми мы сейчас работаем, начали пользоваться мобильными устройствами и видеосервисами еще до того, как научились читать. «Мобайл» и другие новые специфические формы контента, который быстро производится и потребляется, приводят к формированию специфического «многозадачного» мышления, глубокая интеграция в социальные сети, привычка взаимодействовать с интерактивными текстами — все это формирует принципиально новую, не до конца понятную и изученную аудиторию. Первую, чья жизнь проходит в равной степени в цифровой и объективной реальности [2, с. 36–37].

Последней проблемой становится грядущий «цифровой скачок» и драматично приблизившая его «нейросетевая революция». Эти два фактора необратимо изменят образ и механику большинства творческих, интеллектуальных и коммуникативных профессий сильнее, чем бы нам хотелось, и раньше, чем мы будем к этому готовы.

В свете вышеозначенных аспектов инструменты обучения специалистов в сфере коммуникаций нуждаются в системном, осмысленном и корректном изменении как для адаптации к восприятию нынешних обучающихся и динамично меняющимся требованиям рынка труда, так и для того, чтобы избежать рисков жесткой цифровой трансформации.

Мы считаем, что интерактивный текстовый и медиаконтент, созданный по современным стандартам, в том числе генерируемый

с помощью нейросетевых алгоритмов, и геймификация, как способ его организации, являются перспективными и, что важно, реалистичными на данном этапе технологиями, пригодными для модернизации процесса обучения специалистов в области производства информации и коммуникаций.

Под геймификацией понимается система организации процесса взаимодействия с обучающей информацией, базирующаяся на принципах геймдизайна. Такая система способна обеспечить уверенное вовлечение в процесс и удержание внимания обучающихся, повышая уровень владения профессиональными навыками.

Теории геймификации в достаточной мере описаны и относительно давно и успешно внедряются. Бейджификация является наиболее примитивной формой этого подхода. Элементы геймификации содержатся в деловых играх, проектном подходе. Исследователи определяют геймификацию как систематическую, органичную и ориентированную на результат деятельность. Геймификация не создает симуляцию, структурируя особым образом реальную деятельность обучающихся, что принципиально отделяет ее от игрофицированного обучения. Примеры эффективной практики геймификации есть в дистанционном обучении в рамках образовательных платформ, системах управления человеческими ресурсами и весьма разнообразных маркетинговых и бизнес-решениях [1, с. 5–8].

Но геймдизайн, на котором основана геймификация, постоянно развивается. Как мы уже отмечали выше, стремительно меняется и аудитория, с которой нам приходится работать. Общепринятая технология геймификации успела устареть в ряде аспектов. Так, уже неактуальным кажется инструментарий, связанный с созданием внешней геймифицированной мотивации к обучению. Примитивными выглядят решения, основанные на линейной логике и линейных алгоритмах. Персонализация контента и, в целом, информационного пространства на основе нейросетевых алгоритмов — промышленный стандарт,

который практически не используется в образовательных решениях.

Мы видим актуальное предназначение геймификации и персонализированного интерактивного медиаконтента в том, чтобы обеспечить современной аудитории «цифровых аборигенов» комфортную функциональную виртуальную и реальную среду, в которой будет проходить и их будущая профессиональная деятельность. Сегодня это первоочередная задача и основной вектор Лаборатории цифрового образовательного контента Уфимского университета науки и технологий, которая работает на базе филологического факультета.

Первым шагом в разработке подобного масштабного решения является создание методического руководства разработчика, которое содержит систему базовых правил и принципов интеграции нейросетевых инструментов и технологий геймификации. Такие решения будут обладать высоким уровнем автоматизации, поэтому важно избежать выхолащивания дидактических процессов, атомизации учебного коллектива, сохранив гуманистический подход к обучению и контакт со студентами [3, с. 50–52].

В то же время необходимо разработать инструменты для решения ключевых методических проблем на ранних этапах обучения специалистов в сфере производства информации: формирование базовых коммуникативных навыков, умение корректно просчитывать целевые аудитории и моделировать социальные портреты в их рамках, демонстрация принципов создания различных видов контента с помощью персонализированного иллюстративного материала и т. д. Важно понимать, что эти решения ни в коем случае не заменяют аудиторную работу, общение с преподавателем и контакты внутри группы. Таким образом мы наполняем и структурируем, в первую очередь, самостоятельную работу студентов.

В современном гибком многоплатформенном пространстве генерации контента относительно легко создавать подобные симуляции. Так, платформа Unity позволяет собирать интерактивные сцены,

которые посвящены моделированию различных типовых ситуаций в рамках профессиональной деятельности. Важно отметить, что для выполнения этой задачи нет необходимости создавать сложные технические проекты, тратя большое количество ресурсов. Упомянутая Unity — развитая система с большим и активным сообществом, создавшим большое количество модулей, которые применимы с минимальными модификациями. И эта система не единственная. Можно подобрать «движок», ориентированный на вариативный сторителлинг, работу с текстом и минимальной визуализацией. Есть простые, но все еще вполне функциональные решения: конструкторы HTML 5, линейные прескриптивные чат-боты, готовые интерактивные сцены, использующие панорамное фото или видео, — для решения коммуникационных и аналитических задач их может быть достаточно. С помощью таких тренажеров можно обучать студентов методике опроса свидетелей происшествия и основам интервью, сбору информации для репортажа, составлению пресс-релизов, посвященному одному событию, для различных СМИ, разработке и организации рекламных кампаний и т. д. Работая с такими решениями в Лаборатории цифрового образовательного контента, мы ставим задачей создание «оболочек», которые могут легко наполняться преподавателями, исходя из конкретных задач, методической или региональной специфики. В перспективе подбор контента должен осуществляться, в той или иной степени, автоматически с использованием «пузыря фильтров» и сторонних или собственных нейросетевых систем персонализации.

Возможны и еще более технологичные, но пока однозначно экспериментальные решения. Наиболее перспективным выглядит специфически натренированный чат-бот на базе производных от русифицированной текст-модели GPT-3 и text-to-image модели (Stable Diffusion или ruDallie). Уже сейчас вполне рабочим является нейросеть CharacterAI, ориентированная на создание персонажей, с помощью которого можно проинтервьюировать Илона Маска или Евгения Онегина. До недавнего

времени мы были связаны техническими ограничениями. Но теперь эти системы вполне осмысленно отвечают на сложные вопросы, создают образы и демонстрируют эмоции собеседников, собирают визуальные сцены из описаний, оценивают качество текстов.

### Литература

1. Алексеева А.З. Геймификация в образовании / А.З. Алексеева, Г.С. Соломонова, Р.Р. Аетдинова // Педагогика. Психология. Философия. — 2021. — № 4 (24). — С. 5–10.

2. Пугачева Л.Г. Киберкоммуникация в образовании: «бестелесная» личность / Л.Г. Пугачева // Вестник МГУКИ. — 2022. — № 4 (108). — С. 35–41.

3. Стариченко Б.Е. Цифровизация образования: иллюзии и ожидания / Б.Е. Стариченко // Педагогическое образование в России. — 2020. — С. 49–58.

УДК 37.013.42+004.588–053.2+070.1:316.346.32+316.451+159.922.27

*Девятова И. Е.*

*Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования*

## МЕДИАСОЦИАЛИЗАЦИЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

**Аннотация.** Автор обосновал актуальность изучения медиасоциализации молодежи как нового социального явления. Цель статьи — раскрыть влияние современных медиа на социализацию молодого поколения. В качестве основных методов исследования выступали анализ научных и аналитических источников, результатов социологических и психологических опросов. Изучение проблем социализации детей