

Научная статья

УДК 070:004

EDN [BUKGLT](#)

DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(2).251-266



Региональная медиапрактика интеграции технологий искусственного интеллекта

Жеребненко А.В. Алтайский государственный университет, г. Барнаул, Российская Федерация,
zherebnenko.a@yandex.ru

Аннотация. Внедрение решений, связанных с технологиями искусственного интеллекта, в сферу медиа и коммуникаций стало самым обсуждаемым феноменом последних нескольких лет. Однако медиапрактики применения инновационной технологии изучены слабо. В медиаиндустрии еще не сложилась система применения ИИ-решений, которая позволит приблизить к реальности прогноз о тотальном повышении производственных мощностей и оптимизации издержек в медиабизнесе. Исследование направлено на выявление современных практик интеграции технологий искусственного интеллекта в отечественную медиасистему. В частности, исследуется опыт применения нейросетевых технологий в региональной медиаиндустрии Алтайского края. Основным методом сбора информации в исследовании — глубинное интервью продолжительностью от 40 до 60 минут. Количество проведенных интервью — 21. В исследовании приняли участие специалисты региональных СМИ, руководители digital-агентств и регионального продакшена. В интервью не принимали участие медиаэксперты, которые не используют технологии искусственного интеллекта в профессиональной деятельности. Исследование позволяет заключить, что несмотря на интенсивное развитие технологии, региональная медиаиндустрия находится на первоначальном этапе осмысления и экспериментального внедрения ИИ-решений. Нейронные сети применяются скорее точноно для реализации конкретных задач, а не формируют полноценную ИИ-систему для оптимизации медийного производства. Основные области внедрения технологий искусственного интеллекта обусловлены генеративными возможностями технологии. При этом функции аналитики больших данных, персонализации и дистрибуции контента региональная медиаиндустрия упускает. Эксперты отмечают позитивные и негативные последствия внедрения технологий искусственного интеллекта, а также барьеры интеграции инновации в медиапроизводство. К последнему относят, в том числе, отсутствие профессиональных компетенций по работе с нейросетевыми технологиями.

Ключевые слова. Искусственный интеллект, нейросети, медиакommunikation, медиапрактики, региональная медиаиндустрия

Информация о статье. Дата поступления 6 марта 2025 г.; дата поступления после доработки 28 марта 2025 г.; дата принятия к печати 31 марта 2025 г.; дата онлайн-размещения 10 июня 2025 г.

Для цитирования. Жеребненко А.В. Региональная медиапрактика интеграции технологий искусственного интеллекта / А.В. Жеребненко. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(2).251-266. — EDN [BUKGLT](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 2. — С. 251–266.

Original article

The Practice of Integrating Artificial Intelligence Technologies into Regional Media

A.V. Zherebnenko Altai State University, Barnaul, Russian Federation, zherebnenko.a@yandex.ru

Abstract. The introduction of solutions related to artificial intelligence technologies in the field of media and communications has become the most discussed phenomenon of the last few years. However, the media practices of using innovative technology have been poorly studied. The media industry has not yet developed a system for applying AI solutions that will bring the forecast of a total increase in production capacity and cost optimization in the media business closer to reality. The research is aimed at identifying modern practices of integrating artificial intelligence technologies into the domestic media system. In particular, the article examines the experience of using neural network technologies in the regional media industry of the Altai Territory. The main method of collecting information in the study is an in-depth interview lasting from 40 to 60 minutes. The number of interviews conducted is 21. Experts from regional media, heads of digital agencies and regional production participated in the study. Media experts who do not use artificial intelligence technologies in their professional activities did not participate in the interview. The study allows us to conclude that despite the intensive development of technology, the regional media industry is at the initial stage of understanding and experimentally implementing AI solutions. Neural networks are used more pointwise to implement specific tasks, rather than forming a full-fledged AI system to optimize media production. The main areas of implementation of artificial intelligence technologies are determined by the generative capabilities of the technology. At the same time, the regional media industry misses the functions of big data analytics, personalization and content distribution. Experts note the positive and negative consequences of the introduction of artificial intelligence technologies, as well as barriers to integrating innovation into media production. The latter includes, among other things, the lack of professional competencies in working with neural network technologies.

Keywords. Artificial intelligence, neural networks, media communications, media practices, regional media industry.

Article info. Received March 06, 2025; revised March 28, 2025; accepted March 31, 2025; available online June 10, 2025.

For Citation. Zherebnenko A.V. The Practice of Integrating Artificial Intelligence Technologies into Regional Media. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 2, pp. 251–266. (In Russian). EDN: [BUKGLT](https://www.edn.ru/BUKGLT). DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(2).251-266.

Введение

Развитие технологий искусственного интеллекта привело к началу технологической революции в привычных практиках производства. Текущий уровень роста мирового рынка искусственного

интеллекта составляет 33 % в год¹. Наивысший уровень внедрения ИИ наблю-

¹ Artificial intelligence (AI) market size worldwide from 2020 to 2030 // Statista.com. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1474143/global-ai-market-size> (дата обращения: 17.01.2025).

дается в Индии (59 %), Арабских Эмиратах (58 %), Сингапуре (53 %) и Китае (50 %)². Такую динамику обеспечивает активная интеграция технологий в ключевые отрасли, в том числе в сферу медиа и коммуникации.

Медиаиндустрия активно исследует возможности нейросетей в процессах производства и распространения контента. СМИ, медиахолдинги, коммуникационные агентства и продакшн-компании используют нейросети для оптимизации производственных ресурсов. «Фиксируется начало стадии долгосрочного роста инновации искусственного интеллекта на высокоразвитых рынках медиатехнологий» [1]. Согласно исследованию Оксфордского университета, большая часть мирового медиабизнеса уже интегрировала нейросети в производственный цикл. 56 % представителей медиаиндустрии применяют возможности искусственного интеллекта для ускорения вспомогательных задач — расшифровки аудиозаписей, редактирования текстов, назначения тегов и SEO-оптимизации. 37 % внедрили ИИ-технологии в систему дистрибуции и персонализации контента. 28 % доверяют нейросетям создание контента в сотворчестве с реальным медиаспециалистом [2].

«Российская медиаиндустрия находится только на входе в этот сектор высоких технологий» [1]. Внедряемые решения, связанные с искусственным интеллектом, — это феномен последних нескольких лет [3]. Согласно отчету Национального центра развития искусственного интеллекта при Правительстве РФ и ВЦИОМ, только 43 % отечественных компаний применяют технологии ИИ в профессиональной деятельности³. При

этом исследование РАЭК относит Россию к «числу стран с высоким потенциалом внедрения искусственного интеллекта»⁴. Российский рынок ИИ-решений растет, ежегодный прирост составляет от 20 до 30 %⁵. В мировом рейтинге Глобального индекса развития ИИ в 2024 г. Россия заняла 29-место⁶, поднявшись на одну строчку по сравнению с 2023 г.⁷. Однако в медиаиндустрии еще не сложилось полного понимания о пуле профессиональных задач, где применение ИИ-технологий позволит достичь необходимых результатов. Среди областей применения инновационной медиатехнологии 58 % экспертов называют оптимизацию процессов, 49 % считают, что ИИ будет полезен в разработке новых продуктов и услуг, 41 % прогнозирует увеличение производительности труда⁸.

Успешную практику оптимизации медиапроизводства в декабре 2024 г. представил «Газпром Бонус». Компания выпустила видеоролик, где съемочный

18 дек. URL: <https://tass.ru/ekonomika/22706175> (дата обращения: 17.01.2025).

⁴ Цифровая экономика от теории к практике: как российский бизнес использует искусственный интеллект // Raec.ru. URL: <https://raec.ru/upload/files/190715-ii.pdf> (дата обращения: 20.01.2025).

⁵ Экспортный потенциал высокий: российские ИИ-решения востребованы на рынках Азии и Латинской Америки // Snews.ru. 2024. 16 дек. URL: https://importfree.cnews.ru/reviews/iskusstvennyj_intellekt_2024/cnews/eksportnyj_potentsial_vysokij_rossijskie (дата обращения: 18.01.2025).

⁶ The AI Index 2024 Annual Report. Available // AIIndex.ru. URL: https://aiindex.stanford.edu/wp-content/uploads/2024/05/HAI_AI-Index-Report-2024.pdf (дата обращения: 18.01.2025).

⁷ Информационно-аналитическая справка по отчету «Глобальный индекс ИИ 2023 от Tortoise» // Искусственный интеллект РФ. 2024. 18 апр. URL: https://ai.gov.ru/knowledgebase/infrastruktura-ii/2024_informacionno-analiticheskaya_spravka_po_otchetu_globalnyy_indeks_ii_2023_ncrri/ (дата обращения: 18.01.2025).

⁸ Цифровая экономика от теории к практике: как российский бизнес использует искусственный интеллект // Raec.ru. URL: <https://raec.ru/upload/files/190715-ii.pdf> (дата обращения: 20.01.2025).

² IBM global AI adoption index 2023 // Multivu.com. URL: <https://www.multivu.com/players/English/9240059-ibm-2023-global-ai-adoption-index-report/> (дата обращения: 17.01.2025).

³ Исследование показало, что более 40 % организаций в РФ применяют // TASS. 2024.

процесс заменили технологии ИИ. Разработчики отмечают, что использовали пять нейросетей, а финальный продукт был отредактирован человеком. Это позволило оптимизировать производство и сохранить высокое качество продукта⁹. «Газпром-Медиа Холдинг» в спортивном шоу «Титаны» на телеканале «ТНТ» применил ИИ-решение для разработки сценария и сделал ведущим медиапроекта нейросеть [4]. Накануне популярный маркетплейс представил поставщикам новый продукт, разработанный на основе ИИ-технологий. *Wildberries* создал виртуальную фотостудию, которая позволяет создавать фотографии одежды на ИИ-моделях¹⁰. В пресс-релизе компании говорится, что новый продукт позволит оптимизировать производство и увеличит производительность труда.

По оценкам экспертов, доля применения искусственного интеллекта в творческой сфере России за 2024 г. удвоилась и составила порядка 30 %, таким образом, примерно каждый третий творческий проект создается с применением ИИ-технологий [4]. Медиаисследователи полагают, что сегодня внедрение инновационных возможностей нейросетей повышает шансы медиакомпаний занять позиции индустриального лидерства [1]. В этой связи исследовательский интерес представляет анализ современных медиапрактик интеграции технологий искусственного интеллекта в отечественную медиасистему.

К настоящему моменту уже опубликовано несколько масштабных исследо-

ваний отечественного опыта внедрения технологий ИИ в бизнес, в том числе в сфере медиа и коммуникаций¹¹. Медиаэксперты систематизировали опыт интеграции ИИ-решений со стороны крупного медиабизнеса — медиакомпаний и редакций СМИ. В то же время все чаще успешный опыт использования ИИ-механизмов презентуют региональные медиа. Так, в 2020 г. на сайте издания «Нижегородская правда» появился голосовой помощник «Анастасия». Ассистент, разработанный на основе технологий искусственного интеллекта, был создан для озвучивания новостей¹². В марте 2023 г. ставропольский ТВ-канал «Своё ТВ» добавил в сетку вещания прогноз погоды, сгенерировав виртуальную ведущую выпусков с помощью нейросети¹³. Одновременно с этим в Перми на телеканале «Рифей-ТВ» появился ИИ-ведущий. Нейросеть сгенерировала образ диктора, который озвучил одну из новостей в программе «Вечер на Рифее»¹⁴. Аналогичный эксперимент провели в Красноярске. Телеведущая, созданная с помощью искусственного интеллекта, провела эфир

¹¹ Эксперты назвали самые распространенные типы ИИ-решений в России // Raec.ru. URL: <https://raec.ru/live/raec-news/11001> (дата обращения: 23.03.2025); Цифровая экономика от теории к практике: как российский бизнес использует искусственный интеллект // Raec.ru. URL: <https://raec.ru/upload/files/190715-ii.pdf> (дата обращения: 20.01.2025).

¹² Теперь голосом: на сайте «Нижегородская правда» появились подкасты // News. 2020. 24 июля. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/234745931> (дата обращения: 23.03.2025).

¹³ Прогноз погоды от нейросети запустил в эфир ставропольский телеканал «Своё ТВ» // Своё ТВ. Ставропольский край. 2023. 21 марта. URL: <https://stv24.tv/novosti/prognoz-pogody-ot-nejroseti-zapustil-v-efir-stavropolskij-telekanal-svoyotv> (дата обращения: 23.03.2025).

¹⁴ Нейросеть стала ведущим новостей на пермском телеканале «Рифей-ТВ» // Рифей. 2023. 23 марта. URL: https://rifey.ru/news/list/id_122380 (дата обращения: 23.03.2025).

⁹ «Газпром Бонус» выпустил новогодний ТВ-ролик, сгенерированный нейросетями // AdIndex. 2024. 28 дек. URL: https://adindex.ru/news/releases/2024/12/27/329903.phtml?_sp=ИИ%20нейросеть (дата обращения: 20.01.2025).

¹⁰ Виртуальные модели появились на Wildberries // AdIndex. 2024. 01 нояб. URL: https://adindex.ru/news/digital/2024/11/1/327021.phtml?_sp=ИИ%20нейросеть (дата обращения: 20.01.2025).

вместе с настоящими дикторами на телеканале «Прима»¹⁵.

Очевидно, что региональная медиаиндустрия, повторяя тенденции крупнейших игроков отечественного медиабизнеса, сформировала собственную траекторию внедрения ИИ-механизмов. Однако практики внедрения технологий искусственного интеллекта в регионах изучены мало и нуждаются в теоретическом и практическом осмыслении. В данной статье изучается опыт применения инновационной технологии среди представителей региональной медиасистемы. Объектом исследования выступила алтайская медиаиндустрия. Выбор региона обусловлен его высоким индексом активности в области ИИ и готовностью использовать ИИ-решения в приоритетных отраслях экономики¹⁶.

Теоретическое обоснование

Зарождение идеи о существовании искусственного интеллекта впервые появилось в трудах ученых в середине XX в. Б. Вэнивар в работе «Как мы можем мыслить» предсказал цифровую эпоху и появление феномена, который способен расширять собственные знания и представления людей [5]. Затем А. Тьюринг опубликовал статью о возможности машины имитировать людей и делать разумные вещи [6, с. 441]. Это исследование открыло двери в область, которую М. Мински и Дж. Маккарти назвали «искусственным интеллектом» — «возможностью машины вести себя таким образом, как если бы человек вел себя так, то он был бы назван разумным» [7, с. 13]. Основная идея заключалась в аналогии

возможностей машины и человека, а не в замене интеллектуальной функции человеческого сознания технологиями [8, с. 37]. Задача инновации, в теории М. Маклюэна, кроется в расширении возможностей человека. Исследователь считал, что технологии предназначены быть продолжением или амплификацией человеческих способностей. Автор приводит пример с топором и оптическим прицелом, которые расширяют биологические возможности людей: топор дал способность человеческой руке рубить деревья, оптический прицел позволил видеть дальше. Технологии ориентированы на расширение возможностей человека, но не предназначены для замены людей. В этой связи логичным становится предложение о расширении искусственным интеллектом определенных человеческих возможностей [9–11].

Развивая идею искусственного разума, А. Тьюринг предложил математический метод оценки возможностей машины мыслить. Эксперимент Тьюринга был построен на прагматичном подходе, полагающем, что компьютер покажет мысли, неотличимые от разумного человека. Такой подход во многом стал ключом к определению искусственного интеллекта [12, с. 22]. На данном этапе ученые во всем мире все еще пытаются создать программное обеспечение, способное пройти предлагаемый тест.

К. Холл, рассматривая современный технологический прогресс, говорит о создании «слабого искусственного интеллекта», который сосредоточен на выполнении таких задач, как запоминание, восприятие или решение простых проблем способом, имитирующим человеческий. Примеры современного слабого искусственного интеллекта включают *ChatGPT*, чат-бота, голосового ассистента и рекомендательные алгоритмы, которые принимают решения на основе сбора данных об отдельных пользователях. В концепции автора, несмотря на обладание сла-

¹⁵ Девушка, созданная нейросетями, стала ведущей на красноярском ТВ // NGS24.RU. 2023. 25 марта. URL: <https://ngs24.ru/text/job/2023/03/25/72164072> (дата обращения: 23.03.2025).

¹⁶ Индекс активности регионов в области ИИ // BeelineNow.ru. URL: <https://beelineNow.ru/ratingai/regions> (дата обращения: 23.03.2025).

бым ИИ «интеллектом», по своей сути он остается инструментом, который помогает человеку выполнять определенную деятельность. В отличие от этого, ключевым компонентом общего искусственного интеллекта (AGI), который ряд исследователей называют «узким ИИ» или «сильным ИИ», является представление о создании такой инновации, уровень интеллекта которой будет сопоставим с человеческим. Это нечто большее, чем просто ответы на вопросы по запросу пользователя. AGI сможет выполнять любые интеллектуальные задачи, доступные человеку [13], и не будет привязан к команде, поставленной человеком-оператором или разработчиком [14]. По этой причине можно обоснованно предположить, что искусственный интеллект еще не изобретен, и в настоящее время мы имеем дело лишь с технологиями ИИ, ориентированными на конкретные задачи, такие как распознавание речи, изображений, прогнозирование и т.д. [15].

Всплеск научных публикаций, посвященных изучению технологий искусственного интеллекта в академическом поле медиаисследований отмечается с 2015 г. [16, с. 159]. Описывая феномен, ученые используют такие термины как «роботизированная журналистика», «алгоритмическая журналистика», «автоматизированный журнализм» [17, с. 739] и «медиароботизация» [18].

Так, Е.А. Баранова определяет феномен «автоматизированной журналистики» как механизм автоматизированных систем, внедренный в работу редакций, позволяющий самостоятельно анализировать информацию и создавать контент [19, с. 56]. А.В. Замков, М.А. Крашениникова, М.М. Лукина, Н.А. Цынарева алгоритмическую обработку и генерацию текста программами-роботами называют «роботизированной журналистикой» [18]. «Семантическое значение этих синонимичных терминов сводится к указанию на использование особых ав-

томатизированных инструментов («роботов», «ботов», и в т.ч. «алгоритмов») для выполнения журналистских функций по сбору и обработке информации, а также для написания готовых текстов без участия человека» [20, с. 34]. Такой терминологический плюрализм отражает характерную для современных медиаисследований тенденцию — обозначать термином «искусственный интеллект» сходные явления и процессы [21].

Нередко в научных публикациях и вовсе встречаются тезисы, «сформулированные так, будто бы искусственный интеллект уже существует. Эта парадоксальная ситуация формируется неоднозначностью трактовки термина» [21]. А.М. Шестерина и Н.О. Шестерин предприняли попытку конкретизации границ понятия в академическом поле медиаисследований. Исследователи обращаются к понятию «машинное обучение — современные алгоритмы, позволяющие машинам думать подобно людям, находить нетривиальные решения проблем» [21]. В основе машинного обучения — гибкая технология искусственного интеллекта, способная обучаться и адаптироваться к изменениям [22]. Обучение происходит через абстрактные данные. Машинному интеллекту даются «стандартизированные образцы данных, но не дается информация об их природе» [22]. Такая технология искусственного интеллекта называется «искусственная нейросеть».

Нейронными сетями называют вычислительные модели, вдохновленные структурой и функциями человеческого мозга и состоящие из взаимосвязанных слоев искусственных нейронов [23]. Идея создания подобной модели зародилась в 1940-х гг., а уже в 1960-х гг. ученые представили мировому сообществу первые перцептроны — нейронные системы, способные целенаправленно осваивать знания, распознавать информацию и осуществлять прогнозы.

Развитие алгоритмов машинного обучения привело к появлению глубокого обучения — это более продвинутая разновидность машинного обучения, которая использует искусственные нейронные сети для моделирования сложных данных и автоматического обнаружения закономерностей в больших наборах данных [24]. То есть глубокое обучение позволяет обрабатывать не только текст, но и многомерные данные — графику, аудиофайлы и видео. Другими словами, появились глубокие генеративные модели, способные генерировать новый контент на основе существующих данных. «Технологии генеративного искусственного интеллекта научились выходить за рамки того, что они видели раньше, и создавать что-то новое» [25]. Это проложило путь к более качественному синтетическому контенту — продукту, частично или полностью созданному нейросетью, который часто неотличим от контента, созданного человеком, или даже превосходит его [26].

Сегодня технологии искусственного интеллекта — не академический термин, а реальность [27]. С момента выпуска *ChatGPT* в ноябре 2022 г. гонка за генеративными ИИ-технологиями стала неистовой. Разработчики по всему миру продолжают выпускать инструменты, которые совершенствуются и приобретают возможности, соревнующиеся с человеческими [26]. «Мы переживаем один из значительных сломов экономики сложившейся медиасистемы» [28]. Именно нейросетевые технологии повышают шансы медиакомпаний занять позиции индустриального лидерства. Инновация делает весь процесс медиапроизводства высокотехнологичным [29, с. 572]. Искусственные нейросети не просто совершенствуют творческий процесс, они поднимают его на новый уровень и становятся полноценными участниками медиатворчества [30, с. 445]. «На сегодняшний день ИИ уже внедрен в не-

которые рутинные редакционные практики, например, в расшифровку интервью, перевод текстов, написание титров, подбор иллюстраций, создание бэкграунда. Особое место занимают данные технологии при работе над материалами, где используются большие данные. Также технологии ИИ помогают проверять текст на соответствие нормам языка (в части орфографии, пунктуации, стилистики), подбирают соответствующий тексту бэкграунд. Редакции некоторых СМИ также используют сегодня “умные” технологии для автоматического рерайта или копирайта текстов» [1]. Согласно отчету *Accenture*, к 2035 г. такие технологии способны увеличить прибыль организации в среднем на 38 %¹⁷. В связи с этим медиаиндустрия продолжит делать ставку на многочисленные решения, связанные с искусственным интеллектом [31, с. 25], которые приведут к ожидаемым изменениям и подтолкнут радикально переосмыслить существующие бизнес-модели¹⁸.

Методика

Основной метод сбора информации в исследовании — глубинное интервью — очные диалоги с участниками исследования либо видеоконференции с использованием сервиса VK Звонки. Продолжительность глубинных интервью варьировалась от 40 до 60 минут. Количество проведенных интервью — 21.

В исследовании приняли участие представители алтайской медиаиндустрии — специалисты региональных СМИ (ГТРК «Алтай», медиахолдинг «СМГ», медиагруппа «FM — Продакшн»), *digital-*

¹⁷ Artificial Intelligence Has Potential to Increase Corporate Profitability in 16 Industries by an Average of 38 Percent by 2035 // Accenture. URL: <https://newsroom.accenture.com/news/2017/accenture-report-artificial-intelligence-has-potential-to-increase-corporate-profitability-in-16-industries-by-an-average-of-38-percent-by-2035> (дата обращения: 20.01.2025).

¹⁸ Там же.

агентств (*Just Up agency*, «Кирпич», «Короче») и регионального продакшена (*МАЯК video production*, «Остро», «Панорама видео»). Отбор респондентов был произведен с использованием базы данных «Медиаагенты» [32]. В интервью не принимали участие медиаэксперты, которые не используют технологии искусственного интеллекта в профессиональной деятельности.

Респонденты дали развернутые комментарии к следующим вопросам:

1. Как Вы используете технологии искусственного интеллекта в медиапроизводстве?

2. С какими проблемами Вы столкнулись при попытке интегрировать нейросеть в рабочие процессы?

3. Как Вы оцениваете качество работы, выполненной технологиями ИИ?

4. Какие преимущества и недостатки Вы видите в использовании нейросетей в рабочем процессе?

5. Какой эффект Вы ожидаете от дальнейшего внедрения нейросетей в медиапроизводство?

При обработке данных использовался метод кодирования и сравнения.

Проведенное исследование позволило выявить медиапрактики применения нейросетевых технологий среди представителей алтайской медиаиндустрии, которые в долгосрочной перспективе будут способствовать повышению эффективности и оптимизации медиапроизводства.

Результаты и их обсуждение

Исследование показало, что ключевой вектор внедрения технологий искусственного интеллекта в алтайской медиаиндустрии определен генеративной функцией нейросетей, то есть возможность технологий ИИ частично или полностью создавать синтетический контент.

Большая часть ответов на вопрос об использовании технологии искусственного интеллекта в медиапроизводстве

говорит о применении ИИ-решений для вспомогательных задач. Представители СМИ чаще делегируют искусственному интеллекту создание частично синтетического контента, то есть продукта, генерируемого на основе уже созданного журналистами медиафайла. В качестве примеров респонденты называют транскрибацию аудио и видео в текст, генерацию таймкодов для видео, создание титров. *Digital*-агентства используют нейросетевого помощника для SEO-оптимизации текстов, а именно «подбор ключевых слов для SEO-текстов, подбор LSI-ключей для текстов, редакция SEO-текстов, например, равномерное распределение ключевых слов по статье, подбор мета-тегов для страниц сайта». Сотрудники агентств нередко применяют нейросети для редакции контента: «...часто использую нейросеть для работы с графикой, например, убираю лишние объекты с фотографии, меняю цвет у графических объектов, меняю цветокоррекцию или вытягиваю шероховатости после работы фотографов и дизайнеров. Недавно пришлось у фотографии горизонт выравнивать».

Региональные продакшн-компании в области редакции и улучшения качества контента имеют интересный опыт применения нейросетей — перевод видео и его переозвучка с сохранением оригинального голоса диктора. «Мы перевели рекламный ролик для одного алтайского бренда с русского на английский язык. Голос диктора и тональность нейросеть скопировала прекрасно. А вот изменить мимику человека в кадре так, будто он произносит текст на английском языке, в полной мере не удалось».

Опрошенные эксперты считают, что несмотря на потенциал технологий искусственного интеллекта, избавить медиаспециалистов от рутинных задач на данном этапе без включения человека невозможно. Нейросети достаточно часто галлюцинируют даже с вводными дан-

ными — совершают ошибки при работе с любым форматом контента, которые впоследствии необходимо редактировать человеку. Это ставит под сомнение надежность инновационного инструмента.

На втором месте по популярности у региональной медиаиндустрии применение ИИ-решений для генерации контента. СМИ используют нейросеть для рерайта и адаптации контента под разные информационные платформы, а также создания графических изображений. Так, редактор крупного алтайского интернет-портала отметил, что технологии искусственного интеллекта существенно упростили визуализацию журналистских материалов. «Теперь не нужно тратить много времени на поиск картинки для новости, например, о надвигающейся на Алтай магнитной буре. Изображение быстрее генерировать нейросетью».

Digital-агентства имеют более глубокий опыт в генеративном искусстве — специалисты отмечают, что ежедневно генерируют изображения, видео, голоса дикторов и музыку с помощью нейросети. «Не так давно мы разработали визуальную коммуникацию бренду одежды специально для маркетплейса. С помощью нейросети создавали карточки товара, видеоролики для онлайн-витрины и даже отзывы о покупке».

Эксперты из продакшн-компаний доверяют генеративному интеллекту разработку идей для новых творческих проектов, планирование производственного процесса, разработку сценариев и проработку образов персонажей. Последнее, как отмечают региональные эксперты, скорее находится на стадии эксперимента. «Пока не удалось снять видео или утвердить персонажей для мультипликации, полностью разработанных нейросетью. Сценарии выходят довольно пресные и по шаблону, с первых строк понятно, чем завершится сюжет. Но надежды не теряем, продолжаем пробовать, ищем баланс между

человеческим творчеством и “умными технологиями”».

Большинство опрошенных убеждены, что важно открыто говорить об использовании технологии и не утаивать от работодателя, заказчика и потребителя факт применения нейросетей. Однако на данный момент не все решенные с помощью нейросети задачи маркируются представителями региональной индустрии. Например, СМИ обозначают визуальный компонент, сгенерированный нейросетью, в новостях, но не упоминают о применении ИИ-технологий при описании и создании таймкодов для видеопроductов, размещенных на видеохостингах. *Digital*-агентства и продакшн-компании указывают на применение технологий искусственного интеллекта еще реже. Это, по мнению экспертов, связано с отсутствием законодательного и этического регулирования вопроса.

Именно правовая неопределенность формирует в том числе ряд препятствий для интеграции нейросетей в медиапроизводство. Представителей региональной медиаиндустрии в большей степени волнуют вопросы авторского права, ответственности за творческую деятельность с использованием ИИ. Второй волнующий аспект — информационная безопасность. Эксперты обеспокоены базами данных, обучающими нейросети, сохранностью и конфиденциальностью информации. Несколько респондентов отметили и проблему предвзятости ИИ-алгоритмов: «Мы создавали короткие видео для сети фитнес-залов. Образы мужчин, которые предлагала нейросеть, всегда были чересчур спортивные, будто все мужчины, которые занимаются спортом — это бодибилдеры. И как бы мы не меняли промт, ситуация не изменялась. ИИ усиливал стереотип, который в нашем случае был противоположен концепции медиапродукта».

Третий, но не менее важный аспект, массовое распространение фейковой

информации и сложности фактчекинга. «Сегодня журналисту приходится тратить больше времени, чтобы удостовериться в правдивости информации. С одной стороны, мы отслеживаем корректность данных при использовании ИИ — нейросети часто допускают ошибки, в процессе оптимизации контента порой создают фантастические небылицы. С другой стороны, часто инициатором фейков выступает общество. Люди создают и распространяют ложную информацию из разных мотивов. И журналисту все сложнее не попасться на крючок фальшивого инфоповода». Эксперты выразили одобрение идеи маркировки синтетического контента, отмечая, что необходим механизм коллективной ответственности, когда полностью генеративный контент маркируется производящей нейросетью, а указание на частично синтетический контент становится обязательством медиаспециалиста.

Любопытно, что только один респондент высказал противоречивое мнение в вопросах фактчекинга. Эксперт рассказал о применении ИИ-инструментов для проверки текстов, аудио и видеоматериалов, что позволило редакции ускорить ранее трудоемкие процессы проверки достоверности информации на внешних источниках.

Рассуждая о преимуществах и недостатках использования нейросетей в рабочем процессе, участники исследования во мнениях разделились. Одни в качестве основного недостатка выделяют ошибки нейросети и ограниченность в вопросах генерации контента, утверждая, что заголовки, тексты и креативы генерируются слишком шаблонно.

Другим ключевым недостатком выделяют необходимость обучения специалистов для работы с нейросетевыми технологиями, поскольку только в этом случае возможно добиться оптимизации производства. «Какую картину мы сегодня наблюдаем? Чтобы решить задачу

с помощью ИИ, порой сотрудник тратит не меньше времени — можно несколько часов вбивать промты и с трудом добиться желаемого результата. В этом случае удастся сэкономить лишь финансовый ресурс. Но и это в современных реалиях неплохо. Нужно учить людей работать с искусственным интеллектом. А на это нужны время и деньги». Фактически исследование выявило запрос на формирование компетенций по работе с технологиями искусственного интеллекта — ИИ-грамотности у специалистов масс-медиа. Это поможет медиапрактикам критически оценивать технологии ИИ и эффективно использовать ИИ-решения в качестве вспомогательного инструмента в профессиональной деятельности.

Разговоры о необходимости массово обучать работе с ИИ-решениями идут уже на федеральном уровне. Указ Президента РФ от 15.02.2024 № 124¹⁹ внес существенные изменения в Национальную стратегию развития искусственного интеллекта. Теперь к 2030 г. до 80 % сотрудников российских компаний должны владеть навыками использования технологий искусственного интеллекта. В обновленной версии нацстратегии указано, что в период с 2022 по 2030 г. вузы должны увеличить в пять раз количество выпускников, освоивших образовательные программы в области ИИ, с 3 048 до 15 500 человек [33]. К слову, представители алтайской медиаиндустрии отметили, что тоже ждут от выпускников региональных вузов уверенной работы с ИИ-технологиями и готовности постоянно совершенствовать эти навыки рабо-

¹⁹ О внесении изменений в Указ Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» и в Национальную стратегию, утвержденную этим Указом : Указ Президента РФ от 15 февр. 2024 № 124 // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202402150063> (дата обращения: 03.02.2025).

ты. В качестве важных компетенций по использованию нейросетей эксперты называли знание алгоритмов работы и функциональных возможностей нейросетей, владение навыками генерации и редактирования контента, умение применять технологии искусственного интеллекта для анализа информации.

Среди преимуществ — высокая скорость обработки информации, ускорение части процессов, невысокая стоимость, доступность нейросетей и постоянное усовершенствование их функционала, которое позволяет автоматизировать большее число задач. Невысокую стоимость эксперты объясняют следующим: «Один съемочный день может стоить от 30 тыс. р. А за подписку на несколько нейросетей, которые создают нам короткие видео для соцсетей, мы за один месяц платим около 15 тыс. р. Не нужно быть финансистом, чтобы разглядеть очевидную выгоду». Отметим, что доступность нейросетевых технологий рассматривается экспертом в контексте существующих на рынке ИИ-решений, таких как *GigaChat*, *YandexGPT*, *DeepSeek* и прочие. Речь не идет о разработке собственных ИИ-ресурсов для конкретной редакции, позволяющих добиться оптимизации на каждом этапе производственного цикла.

От внедрения технологий искусственного интеллекта в медиапроизводство эксперты региона ожидают совершенствования процессов, улучшения качества медиапродуктов и увеличения производственных темпов. Последнее региональная медиаиндустрия наблюдает уже сейчас. Эксперты говорят об увеличении единиц производимого контента в среднем на 5–7 %. Представители *digital*-агентств и продакшн-компаний планируют добиться сокращения производственных издержек. Конкретных цифр не называют, однако отмечают, что подобные изменения возможны лишь в долгосрочной перспективе. При этом вопреки прогнозам о замене искусствен-

ным интеллектом ряда профессий, в том числе в сфере медиа и коммуникаций, никто из опрошенных экспертов не рассматривает в ближайшей перспективе замену человеческого труда технологиями искусственного интеллекта. Инновацию определяют в качестве инструмента, который способен повысить эффективность медиабизнеса при его грамотном внедрении и использовании.

Выводы

Как показало исследование, региональные медиаэксперты понимают и поддерживают основные технологические тренды. Респонденты демонстрируют общность мнений в вопросах применения ИИ-решений. Алтайские специалисты массмедиа в большей степени используют инновацию для ускорения решения вспомогательных задач и генерации нового контента, отмечая положительные аспекты подобных практик. При этом возможности аналитики больших данных, персонализации и дистрибуции контента региональная медиаиндустрия упускает, тогда как мировая и отечественная медиапрактика дает оптимистичные прогнозы применения технологий ИИ для данных направлений.

Единство мнений отмечается в вопросах преимущества внедрения технологической инновации. Эксперты отмечают ускорение процессов медиапроизводства, невысокую стоимость технологии и ее доступность. Подчеркнем, что в данном случае речь не идет о создании редакционных ИИ-систем, эксперты говорят лишь об использовании открытых нейросетевых решений, таких как *GigaChat*, *Kandinsky*, *YandexGPT* и др.

Дискуссионной остается тема недостатков при интеграции технологий в медиапроизводственный цикл. Эксперты говорят о необходимости глубинного осмысления правовых и этических вопросов, а также безопасности использования нейросетей. Упомянутые пробле-

мы выступают основными барьерами для массового внедрения ИИ-процессов в медиаторчество.

В центре дискуссий оказался и вопрос формирования навыков работы с технологиями искусственного интеллекта. Ряд экспертов обозначил это в качестве вызова для системы медиаобразования. В современных реалиях набор ИИ-компетенций необходимо рассматривать как базовую способность, которая помогает медиаспециалистам стать более востребованными в эпоху искусственного интеллекта. По мнению респондентов, обучать применению ИИ-технологий в сфере массмедиа необходимо уже сейчас. Это позволит выстроить системное применение ИИ-решений в медиабизнесе, которое позволит приблизить к реальности прогноз о тотальной оптимизации производственных издержек благодаря внедрению инноваций.

Заключая, подчеркнем согласованность мнений региональных экспертов о внедрении нейросетевых технологий. Алтайское медиасообщество, как в целом и мировая индустрия медиа, делает ставку на многочисленные решения, связанные с искусственным интеллектом. Однако большая часть из них сосредоточена только вокруг генеративных возможностей инновационной технологии, упуская не менее перспективные решения. Основные практики по использованию ИИ-технологий сводятся к следующим механизмам.

1. Редактура медиапродукта: ре-райта и адаптации контента под разные информационные платформы, SEO-оптимизации текстов, перевод контента на разные языки мира, переозвучка аудио- и видеоматериалов с сохранением оригинального голоса диктора, очищение звука от шумов, ретуширование изображений.

2. Создание медиапродукта: генерация изображений, видео, голоса, музыки, транскрибация аудио и видео в текст, генерация таймкодов и титров, написание сценариев, разработка контент-плана, подготовка производственной документации.

3. Фактчекинг: проверка достоверности текстов, аудио и видеоматериалов.

Очевидно, что региональная медиаиндустрия применяет нейронные сети скорее точно для решения конкретных задач, апробируя и адаптируя ИИ-алгоритмы под конкретные этапы медиапроизводства. Медиаиндустрия в регионе осознает, что технологии искусственного интеллекта — это не панацея. Нейросети представляют собой набор технологических решений, которые могут помочь медиаспециалистам и организациям наилучшим образом использовать собственные ресурсы для более эффективной работы. Однако на данном этапе речь не идет о формировании полноценной ИИ-системы для оптимизации медийного производства.

Список использованной литературы

1. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике / С.Г. Давыдов, А.В. Замков, М.А. Крашенинникова, М.М. Лукина. — DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321. — EDN [ZZJRRX](#) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2023. — Т. 48, № 5. — С. 3–21.
2. Newman N. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2024 / N. Newman // Thomson Reuters Foundation. — 2024. — 9 January. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2024>.
3. Вартанова Е.Л. Медиатекст в эпоху цифровых платформ: возможности и угрозы / Е.Л. Вартанова, А.В. Вырковский, М.В. Загидуллина. — DOI 10.30547/vestnik.journ.3.2024.313. — EDN [UUJMHJ](#) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2024. — Т. 49, № 3. — С. 3–13.
4. Крылова Е. Разумное создание: каждый третий творческий проект в РФ создается при помощи ИИ / Е. Крылова // Известия. — 2024. — 21 нояб. — URL: <https://iz.ru/1794018/elizaveta-krylova/razumnoe-sozdanie-kazhdyj-tretij-tvorcheskij-proekt-v-rf-sozdaetsya-pri-pomoshchi-ii>.

5. Bush V. As We May Think / V. Bush // Atlantic Monthly. — 1945. — URL: <https://web.mit.edu/STS.035/www/PDFs/think.pdf>.
6. Turing A. Computing Machinery and Intelligence / A. Turing // Mind. — 1950. — Vol. 59, no. 236. — P. 433–460.
7. A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence, August 31, 1955 / J. McCarthy, M.L. Minsky, N. Rochester, C.E. Shannon. — DOI 10.1609/aimag.v27i4.1904 // AI Magazine. — 2006. — Vol. 27, no. 4. — P. 12–14.
8. Ромаданова С.В. Влияние нейросетей на формирование медиареальности / С.В. Ромаданова, Н.С. Мухаметшина. — DOI 10.17673/vsgtu-phil.2023.2.4. — EDN [AWFOHF](#) // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Философия. — 2023. — Т. 5, № 2. — С. 36–40.
9. McLuhan H.M. The Mechanical Bride / H.M. McLuhan. — London : Routledge & Kegan Paul, 1951. — 101 p.
10. McLuhan M. Through the Vanishing Point: Space in Poetry and Painting / M. McLuhan, H. Parker. — New York : Harper & Row, 1968. — 267 p.
11. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. — Москва : КАНОН-пресс-Ц, 2003. — 464 с.
12. The History of Artificial Intelligence / C. Smith, B. McGuire, T. Huang, G. Yang // University of Washington. — 2006. — Vol. 27. — P. 22–24.
13. Emmert-Streib F. Is ChatGPT the Way Toward Artificial General Intelligence / F. Emmert-Streib. — DOI 10.1007/s44163-024-00126-3 // Discover Artificial Intelligence. — 2024. — Vol. 4, no. 1. — P. 1–8.
14. Holl C. The Content Intelligence: An Argument Against the Lethality of Artificial Intelligence / C. Holl. — DOI 10.1007/s44163-024-00112-9 // Discover Artificial Intelligence. — 2024. — Vol. 4, no. 13.
15. Deep Learning for Information Systems Research / S. Samtani, H. Zhu, B. Padmanabhan [et al]. — DOI 10.1080/07421222.2023.2172772 // Journal of Management Information Systems. — 2023. — Vol. 40, no. 1. — P. 271–301.
16. Рубцова Н.В. Нейросети в медиа: возможности, проблемы, перспективы для будущих медиаспециалистов / Н.В. Рубцова. — DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(1).156-171. — EDN [XGCNOY](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2024. — Т. 13, № 1. — С. 156–171.
17. Zorina V.A. Literature Review on Artificial Intelligence in Journalism: A Bibliometric Analysis of Publications Indexed in the Web of Science and Scopus / V.A. Zorina, E.A. Osipovskaya. — DOI 10.17150/2308-6203.2021.10(4).734-744. — EDN [HHMKPW](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 4. — С. 734–744.
18. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию / А.В. Замков, М.А. Крашенинникова, М.М. Лукина, Н.А. Цынарева. — EDN [YZGNOR](#) // Медиаскоп. — 2017. — № 2. — С. 2.
19. Баранова Е.А. Развитие автоматизированной журналистики как новый вызов этическим стандартам профессии в цифровую эпоху / Е.А. Баранова. — EDN [YZVLLV](#) // Мультимедийная журналистика: медиакommunikation и медиаиндустрия : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 01 марта 2019 г. — Минск, 2019. — С. 55–57.
20. Иванов А.Д. Роботизированная журналистика и первые алгоритмы на службе редакций международных СМИ / А.Д. Иванов. — EDN [VMNFPN](#) // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2015. — № 2 (16). — С. 32–40.
21. Шестерина А.М. О корректности использования термина «искусственный интеллект» в медиасфере / А.М. Шестерина, Н.О. Шестерин. — DOI 10.34680/2411-7951.2020.4(29).5. — EDN [ZGEWHE](#) // Ученые записки Новгородского государственного университета. — 2020. — № 4 (29). — С. 5.
22. Шестерина А.М. Потенциал использования технологий искусственного интеллекта в обучении креативным профессиям / А.М. Шестерина. — DOI 10.17308/law/1995-5502/2023/1/277-282. — EDN [TIPNKC](#) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Право. — 2023. — № 1 (52). — С. 277–282.
23. Generative Adversarial Networks / I. Goodfellow, J. Pouget-Abadie, M. Mirza [et al] // Communications of the ACM. — 2020. — Vol. 63, no. 11. — P. 139–144.

24. Deep Learning for Information Systems Research / S. Samtani [et al]. — DOI 10.1080/07421222.2023.2172772 // *Journal of Management Information Systems*. — 2023. — Vol. 40, no. 1. — P. 271–301.
25. What Is Generative in Generative Artificial Intelligence? A Design-Based Perspective / A. Bordas, P. Le Masson, T. Maxime, B. Weil. — DOI 10.1007/s00163-024-00441-x // *Research in Engineering Design — Theory, Applications, and Concurrent Engineering*. — 2024. — Vol. 35, no. 4. — P. 427–443.
26. French A.M. From Artificial Intelligence to Augmented Intelligence: A Shift in Perspective, Application, and Conceptualization of AI / A.M. French, J.P. Shim. — DOI 10.1007/s10796-024-10562-2 // *Information Systems Frontiers*. — 2024. — 03 Dec.
27. Kaplan A. Siri, Siri, in My Hand: Who's the Fairest in the Land? On the Interpretations, Illustrations, and Implications of Artificial Intelligence / A. Kaplan, M. Haenlein // *Business Horizons*. — 2019. — Vol. 62, no. 1. — P. 15–25.
28. Вартанова Е.Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813. — EDN [GCSXXI](#) // *Меди@льманах*. — 2022. — № 1 (108). — С. 8–13.
29. Олешко В.Ф. Сквозные цифровые технологии: диапазон возможностей современных массмедиа / В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(3).564-585. — EDN [IVPLGZ](#) // *Вопросы теории и практики журналистики*. — 2022. — Т. 11, № 3. — С. 564–585.
30. Распопова С.С. Журналистское творчество в эпоху нейросетей / С.С. Распопова. — DOI 10.20310/2587-6953-2024-10-2-442-451. — EDN [SEKIDG](#) // *Неофилология*. — 2024. — Т. 10, № 38. — С. 442–451.
31. Каминская Т.Л. Медиа в структуре метавселенных и контроль цифровой коммуникации / Т.Л. Каминская. — DOI 10.26794/2226-7867-2023-13-5-22-26. — EDN [BJCGVU](#) // *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. — 2023. — Т. 13, № 5. — С. 22–26.
32. Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2023620295 Российская Федерация. Медиаагенты : № 2023620041 : заявл. 10.01.2023 : опубл. 19.01.2023 / Е.В. Валюлина, А.В. Жеребенко, М.А. Хожаева, Д.Е. Потехин ; заявитель Алтайский гос. ун-т. — EDN [EZEHUG](#).
33. Устинова А. Россиян массово обучат пользоваться нейросетями / А. Устинова // *Ведомости*. — 2024. — 16 февр. — URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2024/02/16/1020813-massovo-obuchat-neirosetyami>.

References

1. Davydov S.G., Zamkov A.V., Krashenninnikova M.A., Lukina M.M. The Use of Artificial Intelligence Technologies in Russian Media and Journalism. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistska = Moscow University Journalism Bulletin*, 2023, vol. 48, no. 5, pp. 3–21. (In Russian). EDN: [ZZJRRX](#). DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321.
2. Newman N. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2024. *Thomson Reuters Foundation*. 2024. January 9. Available at: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2024>.
3. Vartanova E.L., Vyrkovsky A.V., Zagidullina M.V. Media Text in the Era of Digital Platforms: Opportunities and Threats. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistska = Moscow University Journalism Bulletin*, 2024, vol. 49, no. 3, pp. 3–13. (In Russian). EDN: [UUJMHJ](#). DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2024.313
4. Krylova E. Intelligent Creation: Every Third Creative Project in Russia Is Created with the Help of AI. *Izvestiya*, 2024, November 21. Available at: <https://iz.ru/1794018/elizaveta-krylova/razumnoe-sozdanie-kazhdyy-tretij-tvorcheskij-proekt-v-rf-sozdaetsya-pri-pomoshchi-ii>. (In Russian).
5. Bush V. As We May Think. *Atlantic Monthly*. 1945. Available at: <https://web.mit.edu/STS.035/www/PDFs/think.pdf>.
6. Turing A. Computing Machinery and Intelligence. *Mind*, 1950, vol. 59, no. 236, pp. 433–460.
7. McCarthy J., Minsky M.L., Rochester N., Shannon C.E. A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence, August 31, 1955. *AI Magazine*, 2006, vol. 27, no. 4, pp. 12–14. DOI: 10.1609/aimag.v27i4.1904.
8. Romadanova S.V., Mukhametshina N.S. The Influence of Neural Networks on the Formation of Media Reality. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Filosofiya = Vestnik of Samara State Technical University. Series: Philosophy*, 2023, vol. 5, no. 2, pp. 36–40. (In Russian). EDN: [AWFOHF](#). DOI: 10.17673/vsgtu-phil.2023.2.4.

9. McLuhan H.M. *The Mechanical Bride*. London, Routledge & Kegan Paul, 1951. 101 p.
10. McLuhan M., Parker H. *Through the Vanishing Point: Space in Poetry and Painting*. New York, Harper & Row, 1968. 267 p.
11. McLuhan M. *Understanding Media: the Extensions of Man*. New York, New American Library, 1964. 324 p. (Russ. ed.: McLuhan M. *Understanding Media: the Extensions of Man*. Moscow, KANON-press-TS Publ., 2003. 464 p.).
12. Smith C., McGuire B., Huang T., Yang G. The History of Artificial Intelligence. *University of Washington*, 2006, vol. 27, pp. 22–24.
13. Emmert-Streib F. Is ChatGPT the Way Toward Artificial General Intelligence. *Discover Artificial Intelligence*, 2024, vol. 4, no. 1, pp. 1–8. DOI: 10.1007/s44163-024-00126-3.
14. Holl C. The Content Intelligence: An Argument Against the Lethality of Artificial Intelligence. *Discover Artificial Intelligence*, 2024, vol. 4, no. 13. DOI: 10.1007/s44163-024-00112-9.
15. Samtani S., Zhu H., Padmanabhan B., Chai Y., Chen H., Nunamaker J.F. Deep Learning for Information Systems Research. *Journal of Management Information Systems*, 2023, vol. 40, no. 1, pp. 271–301. DOI: 10.1080/07421222.2023.2172772.
16. Rubtsova N.V. Neural Networks in Media: Opportunities, Problems, Prospects for Future Media Specialists. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2024, vol. 13, no. 1, pp. 156–171. (In Russian). EDN: [XGCNOY](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(1).156-171.
17. Zorina V.A. Literature Review on Artificial Intelligence in Journalism: A Bibliometric Analysis of Publications Indexed in the Web of Science and Scopus. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2021, vol. 10, no. 4, pp. 734–744. EDN: [HHMKPW](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(4).734-744.
18. Zamkov A.V., Krashenninnikova M.A., Lukina M.M., Tsynareva N.A. Robotic Journalism: From Scientific Discourse to Journalism Education. *Mediascope = Mediascope*, 2017, no. 2, pp. 2. (In Russian). EDN: [YZGNOR](#).
19. Baranova E.A. Development of Automated Journalism as a New Challenge to the Ethical Standards of the Profession in the Digital Age. In *Multimedia Journalism: Media Communications and Media Industry. Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference, Minsk, March 01, 2019*. Minsk, 2019, pp. 55–57. (In Russian). EDN: [YZVLLV](#).
20. Ivanov A.D. The Robotic Journalism and the First Algorithms on Service of Editions of the International Mass Media. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: the Problem Field of Media Education*, 2015, no. 2, pp. 32–40. (In Russian). EDN: [VMNFPN](#).
21. Shesterina A.M., Shesterin N.O. On Correctness of Use of the Term “Artificial Intelligence” in Media. *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta = Memoirs of NOVSVU*, 2020, no. 4, pp. 5. (In Russian). EDN: [ZGEWHE](#). DOI: 10.34680/2411-7951.2020.4(29).5.
22. Shesterina A.M. The Potential of Using Artificial Intelligence Technologies in Teaching Creative Professions. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pravo = Proceedings of Voronezh State University. Series: Law*, 2023, no. 1, pp. 277–282. (In Russian). EDN: [TIPNKC](#). DOI: 10.17308/law/1995-5502/2023/1/277-282.
23. Goodfellow I., Pouget-Abadie J., Mirza M., Xu B., Warde-Farley D., Ozair Sh., Courville A., Bengio Y. Generative Adversarial Networks. *Communications of the ACM*, 2020, vol. 63, no. 11, pp. 139–144.
24. Samtani S., Zhu H., Padmanabhan B., Chai Y., Chen H., Nunamaker J.F. Deep Learning for Information Systems Research. *Journal of Management Information Systems*, 2023, vol. 40, no. 1, pp. 271–301. DOI: 10.1080/07421222.2023.2172772.
25. Bordas A., Le Masson P., Maxime T., Weil B. What Is Generative in Generative Artificial Intelligence? A Design-Based Perspective. *Research in Engineering Design — Theory, Applications, and Concurrent Engineering*, 2024, vol. 35, no. 4, pp. 427–443. DOI: 10.1007/s00163-024-00441-x.
26. French A.M., Shim J.P. From Artificial Intelligence to Augmented Intelligence: A Shift in Perspective, Application, and Conceptualization of AI. *Information Systems Frontiers*, 2024, December 03. DOI: 10.1007/s10796-024-10562-2.
27. Kaplan A., Haenlein M. Siri, Siri, in My Hand: Who’s the Fairest in the Land? On the Interpretations, Illustrations, and Implications of Artificial Intelligence. *Business Horizons*, 2019, vol. 62, no. 1, pp. 15–25.
28. Vartanova E. Changing Media Architecture and Digital Platforms. *MediaAl'manakh = Media Almanah Journal*, 2022, no. 1, pp. 8–13. (In Russian). EDN: [GCSXXI](#). DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813.

29. Oleshko V.F., Oleshko E.V. End-to-End Digital Technologies: The Range of Possibilities of Modern Mass Media. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 3, pp. 564–585. (In Russian). EDN: [IVPLGZ](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(3).564-585.

30. Raspopova S.S. Journalistic Creativity in the Age of Neural Networks. *Neofilologiya = Neophilology*, 2024, vol. 10, no. 38, pp. 442–451. (In Russian). EDN: [SEKIDG](#). DOI: 10.20310/2587-6953-2024-10-2-442-451.

31. Kaminskaya T.L. Media in the Structure of Metaverse and Control of Digital Communication. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*, 2023, vol. 13, no. 5, pp. 22–26. (In Russian). EDN: [BJCGVU](#). DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-5-22-26.

32. Valyulina E.V., Zhrebnenko A.V., Khozhaeva M.A., Potekhin D.E. *Certificate of State Registration of the Database No. 2023620295 Russian Federation. Media Agents. No. 2023620041*. EDN: [EZEHUG](#).

33. Ustinova A. Russians Will Be Taught en Masse How to Use Neural Networks. *Vedomosti*, 2024, February 16. Available at: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2024/02/16/1020813-massovo-obuchat-neirosetyami>. (In Russian).

Информация об авторе

Жеребненко Анна Вячеславовна — кандидат филологических наук, старший преподаватель, кафедра журналистики, медиа и рекламы, Алтайский государственный университет, г. Барнаул, Российская Федерация,  <https://orcid.org/0000-0001-7778-3558>, SPIN-код: 3189-6081.

Author Information

Anna V. Zhrebnenko — PhD in Philology, Senior Lecturer, Department of Journalism, Media and Advertising, Altai State University, Barnaul, Russian Federation,  <https://orcid.org/0000-0001-7778-3558>, SPIN-Code: 3189-6081.