



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»  
<https://su-journal.ru>

2025, № 3 / 2025, Iss. 3 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 659.12

## Алгоритм внедрения механизмов искусственного интеллекта в работу медиа

<sup>1</sup>Зорина М.В., <sup>2,3,4</sup>Садковкин А.А.

<sup>1</sup> Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского,

<sup>2</sup> Всероссийская академия внешней торговли,

<sup>3</sup> Российская академия народного хозяйства и государственной службы,

<sup>4</sup> слушатель МВА

**Аннотация:** искусственный интеллект внедряется во все сферы жизни и, конечно, затрагивает медиа сегмент. Внедрение нейросетей в работу обязательное условие для того, чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке. Как внедрить технологии нейросетей в работу редакции или агентства? Авторы статьи создали алгоритм внедрения искусственного интеллекта и проанализировали то, на сколько это повысит эффективность и ускорит процесс работы, а также рассмотрели вариативность внедрения технологий нейросетей в разные отрасли медиа от журналистики до рекламы. Представленный алгоритм учитывает специфику медиаиндустрии и потенциальные преимущества использования интеллектуальных систем, так как был создан на основе анализа практик по внедрению искусственного интеллекта крупнейшими российскими компаниями. В данной работе были рассмотрены успешные кейсы внедрения технологий нейросетей в медиа, продвижение бренда и работу с аудиторией. Авторы рассматривают применение искусственного интеллекта в различных аспектах медиапроизводства, таких как генерация контента, персонализация рекомендаций, анализ аудитории и оптимизация рекламных кампаний. В статье представлен обзор исследований о включении элементов роботизации в медиа и прогноз того, какое будущее ожидает журналистику и маркетинг в эпоху искусственного интеллекта.

**Ключевые слова:** СМИ, медиа, журналистика, нейросети, искусственный интеллект, алгоритм, оптимизация, контент, фактчекинг

**Для цитирования:** Зорина М.В., Садковкин А.А. Алгоритм внедрения механизмов искусственного интеллекта в работу медиа // Современный ученый. 2025. № 3. С. 89 – 94.

Поступила в редакцию: 17 ноября 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 18 января 2025 г.; Принята к публикации: 5 марта 2025 г.

## Algorithm for implementing artificial intelligence mechanisms in media work

<sup>1</sup>Zorina M.V., <sup>2,3,4</sup>Sadkovkin A.A.

<sup>1</sup> Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky,

<sup>2</sup> All-Russian Academy of Foreign Trade,

<sup>3</sup> Russian Academy of National Economy and Public Administration,

<sup>4</sup> MBA student

**Abstract:** artificial intelligence is being introduced in all spheres of life and, of course, it affects the media segment. The introduction of neural networks in work is a prerequisite for remaining competitive in the market. How to im-

plement neural network technologies in the work of an editorial office or agency? The authors of the article created an algorithm for implementing artificial intelligence and analyzed how much it will increase efficiency and speed up the process of work, as well as considered the variability of implementing neural network technologies in different media industries from journalism to advertising. The presented algorithm takes into account the specifics of the media industry and the potential benefits of using intelligent systems, as it was created on the basis of analyzing the practices of implementing artificial intelligence by major Russian companies. In this paper, successful cases of implementing neural network technologies in media, brand promotion and work with the audience were considered. The authors consider the application of artificial intelligence in various aspects of media production, such as content generation, personalization of recommendations, audience analysis and optimization of advertising campaigns. The article provides an overview of research on the incorporation of robotization elements into media and forecasts what the future holds for journalism and marketing in the age of artificial intelligence.

**Keywords:** media, journalism, neural networks, artificial intelligence, algorithm, optimization, content, factchecking

**For citation:** Zorina M.V., Sadkovkin A.A. Algorithm for implementing artificial intelligence mechanisms in media work. Modern Scientist. 2025. 3. P. 89 – 94.

*The article was submitted: November 17, 2024; Approved after reviewing: January 18, 2025; Accepted for publication: March 5, 2025.*

### Введение

В 2025 году использование искусственного интеллекта в маркетинге перестало быть новшеством и перешло в обычную часть жизни людей. Крупные медиакорпорации уже давно внедрили в свою работу технологии нейросетей. «В 2025 году ожидается кратное ускорение внедрения искусственного интеллекта (ИИ) в отраслях» – отмечают «Известия» [1]. А вот в местных, региональных СМИ и небольших компаниях этот процесс пока не происходит. На взгляд авторского коллектива это связано с непониманием процессов внедрения AI.

По данным Insight Analytics 80% брендов планируют использовать ИИ для автоматизации планирования, создания креативов, аналитики и таргетинга, что приведет к оптимизации бюджета и улучшению стратегий [2].

### Материалы и методы исследований

В статье приведен обзор ключевых практик по использованию технологий роботизации в медиа. Кроме того, авторами проведен анализ исследований на тему применения искусственного интеллекта в работе СМИ и рекламы. Последовательный анализ практик по внедрению искусственного интеллекта в работу организаций позволил сделать выводы об эффективности применения нейросетей в работе. На основе полученных данных авторами был составлен алгоритм внедрения искусственного интеллекта в медиа сегмент, который учитывает специфику медиаиндустрии и потенциальные преимущества использования интеллектуальных систем. В работе рассматривались технологии внедрения AI в разные отрасли медиа от рекламы до журналистики.

### Результаты и обсуждения

Говоря про внедрение AI в журналистику многие представляют себе генерацию контента (фото и текстов), но на самом деле внедрение нейросетей способно не только на это. Важно понимать, что технологии искусственного интеллекта шагнули далеко вперед и работают не только на генерацию, но и на рерайт, исправление ошибок, изменение стилистики. Например, можно попросить AI изучить портрет потенциальной аудитории издательства и переписать статью ориентируясь на полученные данные. Во-первых, нейросети автоматически и намного быстрее человека работают с большими объемами данных. Во-вторых, такой подход поможет создавать более привлекательные тексты, а другие функции (генерация, редактур, исправление ошибок) ускорят процесс создания контента. Но и работа с текстом далеко не все, что умеет искусственный интеллект.

Важным направлением работы нейросетей является реклама и там функционал действительно обширен. Чаще всего роботизация применяют в таргетинге. Благодаря применению нейросетей в работе компаниям удастся намного эффективнее и быстрее определять аудиторию и ее краткосрочные и долгосрочные интересы. Кроме того, нейросети помогают с автоматизацией самого процесса создания рекламы, автоматически выдавая авторам рекомендации по улучшению. На многих платформах, например, Яндекс.Директ, появилась возможность запустить не только объявления, созданные искусственным интеллектом, но и полноценные рекламные кампании. Но и их развитие не останавливается и с каждым месяцем платформы обновляют и модернизируют эту

функцию так, что в ближайшее время кампания, созданная роботом, сможет конкурировать с кампанией, созданной вручную [3]. Еще один способ продвижения, благодаря AI – это коммуникация с аудиторией, например, чат-боты и email рассылки. Автоматизация этого процесса поможет поддерживать постоянный контакт с аудиторией и мгновенно охватить всю базу контактов предлагая новый товар/услугу/контент.

Искусственный интеллект активно применяется в фактчекинге и в противодействие распространения фейков, что значительно упрощает работу журналиста в 21 веке. Существуют нейросети, позволяющие в автоматическом режиме находить и атрибутировать фейковую информацию, например, AI Wiz, Full Fact и другие. Роботизированный фактчекинг ускоряет работу СМИ, позволяет анализировать сразу несколько источников, а также определить то, что пока недоступно человеку, например, верифицировать изображение или сгенерированный текст [4]. И это не единственное применение нейросетей в сегменте безопасности. СМИ и рекламные агентства – отрасль, которая должна работать стабильно и без перебоев и тут искусственный интеллект становится незаменимым инструментом в области управления рисками. «Благодаря способности обрабатывать большие объемы данных в реальном времени искусственный интеллект помогает выявлять аномалии и предотвращать мошеннические операции. В сфере кибербезопасности ИИ позволяет создавать более эффективные системы обнаружения угроз и предотвращения атак» – пишет в своей статье В. Юрченко [5].

Кроме того, технологии нейросетей позволяют сократить затраты на многих сотрудниках медиа-бизнеса. Как и в любом предприятии в медиа сегменте есть свои администраторы, бухгалтера и экономисты. Использование искусственного интеллекта может существенно снизить расход денежных средств, направленных на ежемесячную выплату заработной платы сотрудникам компании, чьи функции можно роботизировать [6].

Отдельно предлагаем рассмотреть успешные кейсы внедрения технологий нейросетей в медиа

продвижение бренда и работу с аудиторией. Так, Netflix внедрил гиперперсонализированную систему рекомендаций фильмов и сериалов на своем сервисе [7]. Изначально сервис столкнулся с глобальной проблемой, направленной на удержание внимания аудитории на стартовой странице сервиса, так как пользователь терял интерес к сервису через 60-90 секунд после ознакомления с контентом, находящимся на главном экране. В связи с этим компания подключила искусственный интеллект, который позволил персонализировать систему для каждого пользователя. Netflix после каждого просмотра просит поставить лайк или дизлайк фильму, что учитывается при ранжировании контента, также учитываются неявные факторы, такие как названия фильмов, которые смотрел пользователь, время суток, день недели, на каких устройствах пользователь смотрит сервис и как долго он смотрит определенные заголовки. Также учитывается в какой строке появилось выбранное название фильма и какие фильмы были рекомендованы, но не выбраны. Внедрение технологии позволило Netflix сэкономить около 1 млрд. долларов в год на привлечение аудитории. Этот кейс позволяет по-другому взглянуть на потенциал применения технологии ИИ в бизнесе.

Также предлагаем изучить второй кейс, который раскрывает потенциал использования нейросетей для продвижения. Virgin Voyages необходимо было выделиться на туристическом рынке и создать инфоповод, которая не только привлечет внимание потенциальной аудитории, но и будет стимулировать вовлеченность и бронирование [8]. Необходимо было создать уникальный опыт для каждого зрителя, чтобы он казался личным, захватывающим и уникальным. С помощью генеративного искусственного интеллекта компания записала ролик с ИИ-клоном Дженифер Лопес, также у каждого пользователя была возможность сформировать персонализированное приглашение для знакомых от JenAI. В результате Virgin Voyages получили более 2 миллионов просмотров, рост посетителей сайта составил 15%.

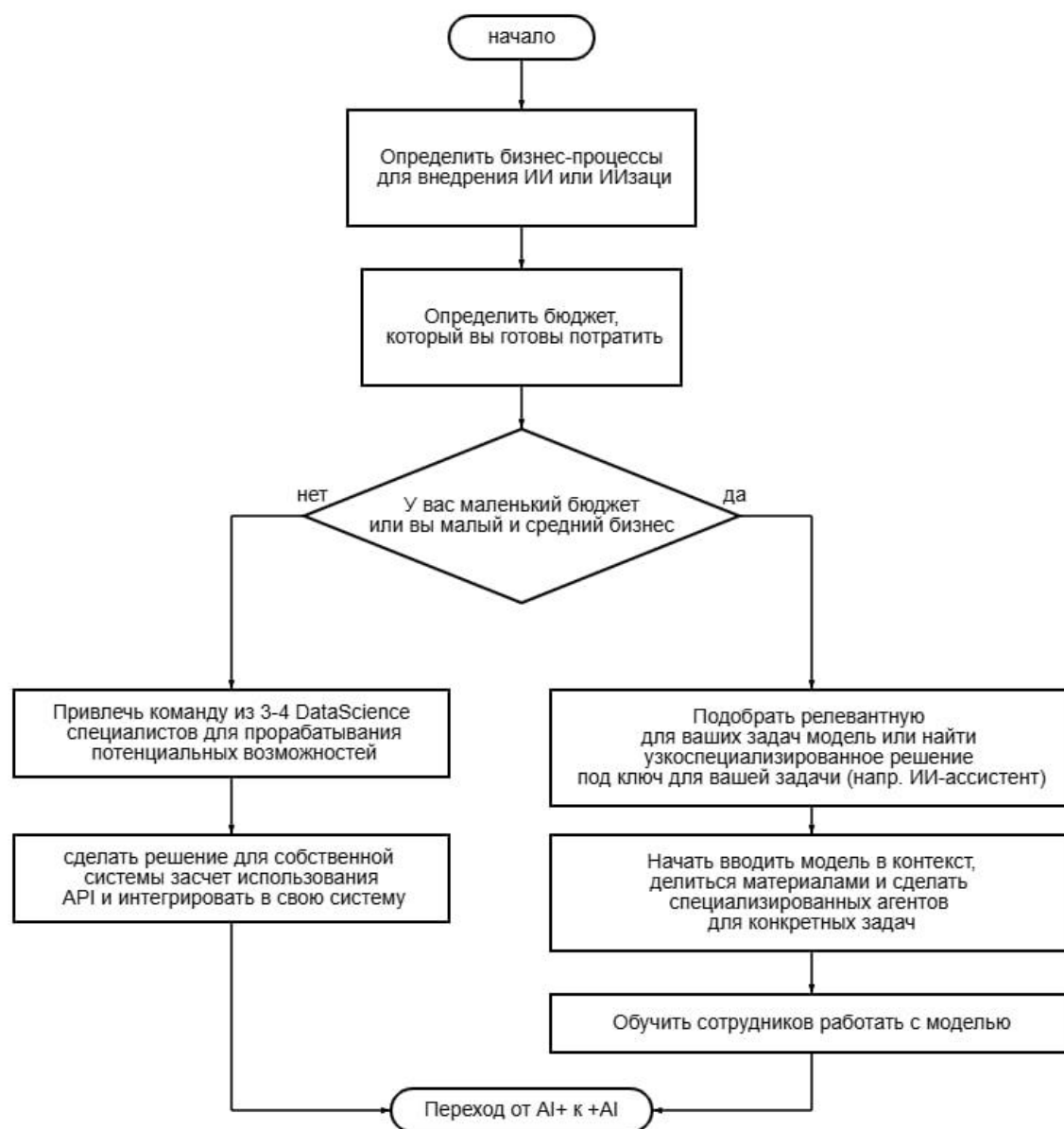


Рис. 1. Алгоритм внедрения искусственного интеллекта в работу медиапредприятия, созданный авторами.  
Fig. 1. Algorithm for the implementation of artificial intelligence in the work of a media enterprise, created by the authors.

Автоматизация процессов производства – инструмент повышения качества управления на каждом из уровней иерархии компании: от стратегического менеджмента до механизации и компьютеризации [9]. Для успешного использования искусственного интеллекта и интеграции его в бизнес-процессы вашей организации необходимо использовать универсальный алгоритм и на основе этого алгоритма переходить к глобальному переходу от +AI к AI+ системе в организации (рис. 1). Прежде всего необходимо определить бизнес-процессы, в которые руководитель планирует внедрять искусственный интеллект или же полноценно роботизировать процесс. После понимания

с какими именно процессами предстоит работать необходимо определить бюджет на внедрение искусственного интеллекта. Если вы малый или средний бизнес и ваш бюджет существенно ограничен, то на данный момент лучше использовать готовые решения и не пытаться использовать модели через API и дообучать их для вашего контекста. Если ваш бюджет это позволяет, то безусловно считаем важным привлечь DataScience специалистов для прорабатывания контекста и потенциальных возможностей. Более конкретно мы углубимся в алгоритм для малого и среднего бизнеса. Далее необходимо подобрать релевантную из уже доступных моделей на рынке для ваших задач,

учитывая их преимущества и ограничения, при этом возможно найти узкоспециализированные решения под конкретную вашу задачу, например ИИ-ассистент Zia от Zoho CRM для работы с клиентами, Zoho Recruit для оптимизации рекрутинг процессов или Documents AI от Google. В случае если вы для ускорения работы выбираете LLM, такую как O1, GigaChat, DeepSeek, то вам нужно научиться корректно формулировать запросы для искусственного интеллекта, вводить ее в контекст, делиться материалами, а также рассмотреть возможность создания собственного ИИ-агента на базе ChatGPT, который сможет полностью покрывать ваши процессы и значительно ускорять работу. Не забывайте, что роботизацию можно использовать при выполнении большинства задач, начиная с малого и потенциал вашей организации раскроется с абсолютно новой стороны.

Преимущество внедрения искусственного интеллекта – это то, что он способен к самообучению. Самообучение в данном контексте представляет собой способность алгоритмов или моделей

машинного обучения улучшать свою производительность без явного программирования, то есть на основе опыта и знаний, которые вы ему открываете при использовании [10]. В нашем алгоритме (рис. 1) это называется «введение модели в контекст».

### Выводы

Искусственный интеллект – главный тренд последних 3 лет. Безусловно умение использовать и внедрять искусственный интеллект является одной из важнейших компетенций как обычного человека, что повышает его производительность и позволяет занимать самые высокие позиции, так и организации, что является фундаментом ее долгосрочной конкурентоспособности. При этом сфера работы организации абсолютно не важна, искусственный интеллект – это основа и фундамент от которой нам предстоит отталкиваться в ближайшие десятилетия, нравится оно вам или нет, но такова реальность и именно это вынуждает нас активно адаптироваться и принимать важные решения для будущего своей компании.

### Список источников

1. Эксперты спрогнозировали кратное ускорение внедрения ИИ в отраслях в 2025 году [Электронный ресурс] // Известия: [сайт]. URL: <https://iz.ru/1823381/2025-01-16/eksperty-sprognozirovali-kratnoe-uskorenie-vnedreniia-ii-v-otrasliakh-v-2025-godu> (дата обращения: 17.10.2025)
2. Programmatic: обзор рынка, вызовы индустрии и прогнозы развития [Электронный ресурс] // Sostav: [сайт]. URL: <https://www.sostav.ru/publication/programmatic-72464.html> (дата обращения: 17.10.2025)
3. Садковкин А.А., Зорина М.В. Искусственный интеллект и нейронные сети как ключевой маркетинговый инструмент // Управленческий учет. 2024. № 5. С. 341 – 346.
4. Макарова Л.С., Баташев Ю.В. Перспективы использования технологий прикладного искусственного интеллекта в системе верификации информации СМИ и социальных медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 2 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-ispolzovaniya-tehnologiy-prikladnogo-iskusstvennogo-intellekta-v-sisteme-verifikatsii-informatsii-smi-i-sotsialnyh> (дата обращения: 19.10.2024)
5. Юрченко В. Возможности внедрения искусственного интеллекта в бизнесе // Вестник науки. 2024. № 11 (80). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-vnedreniya-iskusstvennogo-intellekta-v-biznese> (дата обращения: 05.10.2024)
6. Чернова К.А. Внедрение искусственного интеллекта в бизнес // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2024. № 6-3 (93). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-iskusstvennogo-intellekta-v-biznes> (дата обращения: 05.10.2024)
7. Глубокое погружение в рекомендательную систему Netflix // Habr URL: <https://habr.com/ru/articles/677396/> (дата обращения: 21.01.2025).
8. Brand Expands Partnership with JLo, Appointing Her as Chief Celebrations Officer & Creating Jen A.I. // Virgin Voyages URL: <https://www.virginvoyages.com/press/latest-releases/jenai> (дата обращения: 21.01.2025).
9. Аннанепесов А. Б., Ишангулыев Б. Х. Автоматизация процессов производства // Символ науки. 2024. № 5-1-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-protsessov-proizvodstva> (дата обращения: 08.10.2024)
10. Садикова М.А., Авазова Н.К. Самообучение искусственного интеллекта. базовые принципы работы искусственного интеллект на простом примере // AI-Farg'oniyl avlodlari. 2023. № 4. С. 246 – 250. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/samoobuchenie-iskusstvennogo-intellekta-bazovye-printsipy-raboty-iskusstvennogo-intellekt-na-prostom-primere> (дата обращения: 08.10.2024)

### References

1. Experts predict a multiple acceleration of AI implementation in industries in 2025 [Electronic resource]. Izvestia: [site]. URL: <https://iz.ru/1823381/2025-01-16/eksperty-sprognozirovali-kratnoe-uskorenie-vnedreniia-ii-v-otrasliakh-v-2025-godu> (date of access: 10/17/2025)
2. Programmatic: market review, industry challenges and development forecasts [Electronic resource]. Sostav: [site]. URL: <https://www.sostav.ru/publication/programmatic-72464.html> (date of access: 10/17/2025)
3. Sadkovkin A.A., Zorina M.V. Artificial intelligence and neural networks as a key marketing tool. Management accounting. 2024. No. 5. P. 341 – 346.
4. Makarova L.S., Batashev Yu.V. Prospects for the Use of Applied Artificial Intelligence Technologies in the System of Verification of Mass Media and Social Media Information. Znak: Problem Field of Media Education. 2023. No. 2 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-ispolzovaniya-tehnologiy-prikladnogo-iskusstvennogo-intellekta-v-sisteme-verifikatsii-informatsii-smi-i-sotsialnyh> (date of access: 19.10.2024)
5. Yurchenko V. Possibilities of Implementing Artificial Intelligence in Business. Bulletin of Science. 2024. No. 11 (80). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-vnedreniya-iskusstvennogo-intellekta-v-biznese> (date of access: 05.10.2024)
6. Chernova K.A. Implementation of Artificial Intelligence in Business. International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2024. No. 6-3 (93). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-iskusstvennogo-intellekta-v-biznes> (date of access: 05.10.2024)
7. Deep Dive into the Netflix Recommender System. Habr URL: <https://habr.com/ru/articles/677396/> (date of access: 21.01.2025).
8. Brand Expands Partnership with JLo, Appointing Her as Chief Celebrations Officer & Creating Jen A.I. Virgin Voyages URL: <https://www.virginvoyages.com/press/latest-releases/jenai> (date of access: 21.01.2025).
9. Annanepesov A.B., Ishangulyev B.Kh. Automation of production processes. Symbol of science. 2024. No. 5-1-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-protseessov-proizvodstva> (date of access: 08.10.2024)
10. Sadikova M.A., Avazova N.K. Self-learning of artificial intelligence. Basic principles of artificial intelligence using a simple example. AI-Farg'oniy avlodlari. 2023. No. 4. P. 246 – 250. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/samoobucheniye-iskusstvennogo-intellekta-bazovye-printsipy-raboty-iskusstvennogo-intellekt-na-prostom-primere> (date of access: 08.10.2024)

### Информация об авторах

**Зорина М.В.**, Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского

**Садковкин А.А.**, Всероссийская академия внешней торговли; Российская академия народного хозяйства и государственной службы; слушатель МВА

© Зорина М.В., Садковкин А.А., 2025