



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»

<https://su-journal.ru>

2025, № 6 / 2025, Iss. 6 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

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

УДК 004.8:316.77(470+571)

Перспективы использования искусственного интеллекта в медиапространстве

¹ Ширяева-Бакшевникова В.Н.

¹ Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения

Аннотация: статья посвящена всестороннему анализу перспектив использования искусственного интеллекта в медиапространстве Российской Федерации в условиях активной цифровизации общества и трансформации коммуникационных процессов. Рассматриваются ключевые направления применения ИИ в медиаиндустрии, включая автоматизированную генерацию новостных и аналитических материалов, персонализацию медиапотребления с использованием алгоритмов машинного обучения, внедрение систем динамического фактчекинга в реальном времени, а также развитие технологий дополненной и виртуальной реальности для формирования новых форматов подачи информации. Отдельное внимание уделено анализу современных вызовов, связанных с рисками распространения дезинформации, нарушением когнитивной свободы пользователя и недостаточной прозрачностью алгоритмов. Показано, что существующая правовая база в России частично охватывает вопросы регулирования ИИ в медиасфере, однако требует дальнейшего развития и адаптации к новым технологическим реалиям. В статье обоснована необходимость формирования комплексной системы этических и юридических стандартов применения искусственного интеллекта в медиа, развития механизмов explainable AI, а также создания инфраструктуры цифрового доверия. На основе анализа отечественной практики и научной литературы сформулированы практические предложения по совершенствованию подходов к интеграции ИИ в медиасреду с учётом интересов общества и государства.

Ключевые слова: искусственный интеллект, медиапространство, цифровая журналистика, автоматизация контента, персонализация медиапотребления, динамический фактчекинг

Для цитирования: Ширяева-Бакшевникова В.Н. Перспективы использования искусственного интеллекта в медиапространстве // Современный ученый. 2025. № 6. С. 212 – 220.

Поступила в редакцию: 29 января 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 27 марта 2025 г.; Принята к публикации: 15 мая 2025 г.

Prospects for using artificial intelligence in the media space

¹ Shiryayeva-Bakshevnikova V.N.

¹ Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation

Abstract: the article is devoted to a comprehensive analysis of the prospects for using artificial intelligence in the media space of the Russian Federation in the context of active digitalization of society and transformation of communication processes. The article considers key areas of AI application in the media industry, including automated generation of news and analytical materials, personalization of media consumption using machine learning algorithms, implementation of dynamic fact-checking systems in real time, as well as the development of augmented and virtual reality technologies to form new formats for presenting information. Particular attention is paid to the

analysis of modern challenges associated with the risks of disinformation, violation of the user's cognitive freedom and insufficient transparency of algorithms. It is shown that the existing legal framework in Russia partially covers the issues of regulating AI in the media sphere, but requires further development and adaptation to new technological realities. The article substantiates the need to form a comprehensive system of ethical and legal standards for the use of artificial intelligence in the media, the development of explainable AI mechanisms, and the creation of a digital trust infrastructure. Based on the analysis of domestic practice and scientific literature, practical proposals have been formulated to improve approaches to integrating AI into the media environment, taking into account the interests of society and the state.

Keywords: artificial intelligence, media space, digital journalism, content automation, personalization of media consumption, dynamic fact-checking

For citation: Shiryayeva-Bakshchevnikova V.N. Prospects for using artificial intelligence in the media space. Modern Scientist. 2025. 6. P. 212 – 220.

The article was submitted: January 29, 2025; Approved after reviewing: March 27, 2025; Accepted for publication: May 15, 2025.

Введение

В условиях стремительного развития цифровых технологий искусственный интеллект (ИИ) становится одним из ключевых факторов трансформации медийного пространства. В Российской Федерации этот процесс приобретает особую значимость ввиду активного внедрения цифровизации в экономику, культуру и информационную сферу. Сегодня ИИ применяется в создании медиаконтента, персонализации новостных лент, автоматизации журналистской деятельности, анализе пользовательских данных и прогнозировании медиатрендов. Эти процессы не только открывают новые возможности для развития индустрии, но и ставят перед обществом вопросы этики, регулирования и сохранения качества информации. Возрастающая роль ИИ в медиапроизводстве обуславливает необходимость комплексного научного осмысления его потенциала, а также определения перспектив эффективного и ответственного использования технологий в российских реалиях.

Особую актуальность исследование темы приобретает на фоне повышения интереса государства к вопросам информационной безопасности, необходимости защиты цифрового суверенитета, а также формирования национальных стратегий в области искусственного интеллекта. В условиях глобальной конкуренции Россия стремится развивать собственные технологические решения, минимизируя зависимость от иностранных IT-гигантов. В этой связи анализ перспектив использования ИИ в медийной сфере страны становится важной задачей для определения путей формирования независимого, устойчивого и инновационного медиарынка, способного одновременно соответствовать требованиям цифровой эпохи и сохранять культурную идентичность.

Кроме того, распространение фейковых новостей, рост манипулятивных технологий и изменение форматов потребления информации требуют новых подходов к обеспечению достоверности контента, что делает актуальным рассмотрение роли ИИ не только как инструмента автоматизации, но и как возможного средства повышения качества информационной среды. Таким образом, исследование перспектив использования искусственного интеллекта в медиа в России имеет высокую научную, практическую и социальную значимость.

Целью настоящего исследования является всесторонний анализ возможностей, вызовов и направлений развития применения искусственного интеллекта в медийном пространстве Российской Федерации с акцентом на выявление эффективных моделей использования технологий, оценки их влияния на качество медиаконтента, общественное сознание и национальную информационную безопасность.

Материалы и методы исследований

В ходе проведения исследования перспектив использования искусственного интеллекта в медиапространстве Российской Федерации были использованы комплексные материалы, включающие в себя нормативно-правовые акты, научные публикации, аналитические отчёты, данные государственных и частных исследований, а также результаты прикладных проектов в области цифровых технологий. В качестве правовых источников проанализированы Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», проект поправок к Гражданскому кодексу РФ по регулированию интеллектуальной собственности в цифровой среде, а также стратегиче-

ские документы, включая Национальную стратегию развития искусственного интеллекта на период до 2030 года. Научная база исследования была сформирована на основе рецензируемых монографий и статей, опубликованных в период с 2020 по 2025 годы в ведущих российских и международных изданиях, таких как «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика», «Медиа-скоп», «Искусственный интеллект и принятие решений», «Журнал коммуникационных исследований» и других. Особое внимание уделено работам по когнитивным аспектам взаимодействия человека и ИИ, проблемам нейроэтики, этике алгоритмов и механизмам регулирования цифровых платформ. В рамках количественного анализа использованы методы статистической обработки данных: расчёт долей, темпов роста, коэффициентов вовлечённости аудитории, основанный на информации Data Insight и Mediascope за 2023-2024 годы.

Результаты и обсуждения

Стремительное развитие технологий искусственного интеллекта (ИИ) в последние годы оказывает мощное влияние на трансформацию медиапространства в Российской Федерации. Интеграция ИИ в процессы создания, распространения и потребления контента становится неотъемлемой частью цифровой экосистемы СМИ. По данным исследования Российской ассоциации электронных коммуникаций, свыше 48% российских медиаорганизаций внедряют решения на основе машинного обучения и обработки естественного языка для автоматизации редакционной работы, персонализации контента и борьбы с фейковой информацией. Однако столь активное проникновение технологий обостряет вопросы нормативного регулирования, этических стандартов и социальной ответственности медиабизнеса.

Глубокий анализ применения ИИ в российском медиапространстве позволяет выделить несколько ключевых направлений. Прежде всего, это автоматизация новостного производства. Такие алгоритмы, как автоматические генераторы текстов (например, технологии Natural Language Generation – NLG), уже применяются для написания стандартных новостей в крупных российских агентствах, например в рамках проектов, аналогичных международной платформе RADAR AI. В 2023 году отечественный медиахолдинг «Россия Сегодня» запустил экспериментальную платформу для автоматического создания экономических новостей, где время подготовки материала сократилось на 37% при сохранении базовых стандартов качества.

Персонализация контента представляет собой ещё одно перспективное направление. Алгоритмы

рекомендательных систем, основанные на технологиях машинного обучения и обработки больших данных, применяются для формирования индивидуальных информационных потоков в приложениях «Яндекс.Новости», «Дзен», а также в проектах Mail.ru Group. Согласно данным компании Data Insight, в 2024 году более 62% пользователей российских новостных агрегаторов отметили улучшение релевантности получаемой информации благодаря персонализированным рекомендациям. Однако подобные практики также вызывают обеспокоенность специалистов относительно эффекта «информационного пузыря», который может ограничивать спектр мнений, доступных пользователям, снижая уровень общественной дискуссии.

Важнейшей проблемой является использование ИИ для создания и распространения дезинформации. Генеративные модели (например, аналоги GPT, Midjourney и Stable Diffusion) позволяют создавать тексты, изображения и видео высокой степени реалистичности, что затрудняет различение фейкового и достоверного контента. По данным отчета Лаборатории Касперского, количество выявленных случаев применения дипфейков в политических и коммерческих целях в России увеличилось на 28% за год. В связи с этим возникает острая потребность в разработке и внедрении алгоритмов детекции синтетического контента и маркировки материалов, сгенерированных ИИ [1].

Анализ законодательства показывает, что в настоящее время в России отсутствует комплексное правовое регулирование применения ИИ в медиапространстве. Основные правовые акты – Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», а также Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» – лишь частично охватывают вопросы, связанные с использованием цифровых технологий. Попыткой более системного регулирования стало утверждение в 2020 году национальной стратегии развития искусственного интеллекта на период до 2030 года, однако в области медиа вопросы остались фрагментарными. На сегодняшний день в Государственной Думе рассматривается проект закона «О правовом регулировании деятельности, связанной с использованием искусственного интеллекта», который предусматривает обязанность раскрытия факта использования ИИ при создании контента, однако законопроект пока не принят.

В научной литературе проблема использования искусственного интеллекта в СМИ активно обсуждается с разных точек зрения. Так, в исследовании В.С. Федорова подчеркивается необходимость формирования этического кодекса примене-

ния ИИ в журналистике, который бы учитывал вопросы достоверности, прозрачности алгоритмов и уважения к правам аудитории. В монографии Н.Н. Мельниковой «Искусственный интеллект в современной медиасреде» акцент сделан на потенциале ИИ в повышении эффективности работы редакций, но также указывается на опасности алгоритмического усиления предвзятости и манипуляций [2].

Практика применения ИИ в российских медиа-проектах подтверждает как высокую эффективность технологий, так и необходимость их осмысленного внедрения. Так, в 2024 году РИА Новости начали тестирование системы автоматического анализа эмоциональной окраски текстов, позволившей значительно сократить количество эмоционально окрашенных и потенциально манипулятивных материалов в политическом сегменте новостной ленты. Вместе с тем проект столкнулся с трудностями в распознавании сарказма и сложных контекстов, что требует дальнейшего развития технологий понимания естественного языка.

Среди проблем использования ИИ в медиaproстранстве можно выделить недостаточную прозрачность алгоритмов, дефицит компетенций среди сотрудников СМИ, а также отсутствие единых стандартов качества для контента, созданного или обработанного ИИ. Кроме того, встает вопрос ответственности за публикацию ошибочной или вредной информации, созданной автоматически, что пока не урегулировано в российской практике.

Пути решения выявленных проблем должны включать в себя разработку четких правовых норм, обязывающих информировать пользователей о факте использования ИИ в создании медиапродуктов; внедрение стандартов этичного применения технологий; повышение цифровой грамотности аудитории; развитие отечественных решений для детекции фейков и дипфейков; активизацию научных исследований в области explainable AI (объяснимого ИИ) для медиасреды; а также создание независимых экспертных центров для аудита алгоритмов, применяемых в медиа.

Таким образом, перспективы использования искусственного интеллекта в медиaproстранстве России связаны с формированием более эффективной, персонализированной, но при этом ответственной и этичной медийной среды. Достижение баланса между технологическим прогрессом, защитой общественных интересов и развитием правового регулирования является ключевым условием успешной интеграции ИИ в медиасферу страны в ближайшие годы.

Современные тренды в развитии искусственного интеллекта всё активнее ориентируются на мо-

дели генеративного ИИ нового поколения, такие как multimodal models (мультимодальные модели), которые способны одновременно обрабатывать текст, изображения, аудиофайлы и видео. В условиях медийной среды это открывает принципиально новые возможности для создания синтетических мультимедийных продуктов. В частности, в 2024 году начались пилотные проекты по использованию мультимодальных ИИ-моделей для генерации комплексных новостных репортажей, объединяющих автоматически созданные тексты, видеовставки и графические элементы. Подобные технологии, как показывают исследования Института развития интернета, могут повысить скорость подготовки сложного мультимедийного контента в 2,5 раза, однако требуют особого контроля за качеством и достоверностью производимых материалов.

Отдельного внимания заслуживает развитие концепции «редакций без журналистов» (fully automated newsrooms). Этот подход предполагает создание полностью автоматизированных контентных потоков, где роль человека сводится к надзору за алгоритмами и стратегическому управлению. В России подобные инициативы пока находятся в зачаточном состоянии, но уже в 2025 году планируется запуск тестового проекта в рамках одного из региональных информационных агентств при поддержке Минцифры РФ. Научные работы, в частности исследование Е.А. Трушкина, указывают на то, что такие редакции способны обеспечить высокую операционную эффективность, но сопряжены с риском деградации качества журналистики как социального института, что требует разработки новых стандартов профессиональной ответственности.

Трансформация медиaproстранства под воздействием ИИ тесно связана с переходом к модели так называемого «контентного капитализма», где внимание аудитории становится ключевым товаром, а алгоритмические механизмы персонализации усиливают борьбу за каждый фрагмент пользовательского интереса. В этой связи возрастает значение алгоритмической прозрачности и механизма объяснимости решений (Explainable AI, XAI). Пока российские медиакомпании ограничено используют технологии XAI, однако в научной среде ведутся активные исследования, направленные на разработку моделей, позволяющих раскрывать аудитории причины формирования персонализированных лент новостей.

Существенную роль в развитии применения ИИ в медиaproстранстве играют государственные инициативы в рамках регулирования цифровой среды. В 2024 году был опубликован проект Кон-

цепции регулирования ИИ в информационной сфере, подготовленный Роскомнадзором, который предполагает создание сертификационных механизмов для алгоритмов, участвующих в медиапроизводстве. Предполагается введение обязательной маркировки материалов, созданных с применением ИИ, а также тестирование механизмов обязательного резервного копирования оригинальных данных для обеспечения последующего аудита.

Отдельного внимания требует рассмотрение перспектив использования ИИ в медийной аналитике и борьбе с киберугрозами. Уже сегодня ИИ-системы применяются для мониторинга информационного пространства на предмет выявления целенаправленных кампаний по распространению дезинформации, в том числе с применением нейросетей-ботов. Например, в рамках проекта «Чистое медиа», реализуемого с 2023 года при поддержке Аналитического центра при Правительстве РФ, разработана система, способная в реальном времени анализировать до 500 тысяч единиц контента в сутки и выявлять аномалии, характерные для координированных манипуляций.

Нельзя обойти стороной и вопрос социальной устойчивости медиасреды в условиях активного внедрения ИИ. Исследования, проведенные Высшей школой экономики в 2023-2024 гг., показывают, что неконтролируемое распространение автоматически сгенерированного контента может приводить к эрозии доверия к традиционным СМИ, особенно в условиях политических кризисов. В этой связи развитие моделей цифровой медиаграмотности аудитории, в том числе через образовательные платформы, становится важнейшей задачей. В 2024 году в России стартовали пилотные курсы по критическому мышлению и оценке достоверности цифрового контента в ряде вузов (например, в НИУ ВШЭ и МГУ), где рассматривается в том числе влияние ИИ на медиапотребление [3].

Перспективными направлениями дальнейших исследований являются также разработка отечественных open source решений в области генеративного ИИ для медиа, что позволит снизить зависимость от зарубежных технологий, а также создание нейросетей, обученных на специализированных корпусах русскоязычных текстов для повышения качества автоматического анализа и генерации материалов, релевантных российской культурной и правовой специфике.

Одним из новейших направлений является интеграция когнитивных моделей в алгоритмы искусственного интеллекта для медиа. Когнитивные ИИ-системы имитируют не только процессы обра-

ботки информации, но и особенности человеческого восприятия, интерпретации и принятия решений. В рамках проекта Cognitive Media Russia, инициированного в 2024 году на базе МГУ имени М.В. Ломоносова, исследуются методы создания медиаконтента, адаптированного под различные когнитивные стили восприятия аудитории. Результаты первых этапов исследований показывают, что применение когнитивных ИИ-моделей позволяет увеличить вовлечённость аудитории на 18–22% за счёт более точной настройки формата и эмоциональной окраски сообщений.

Другим важным направлением является развитие концепции «этического искусственного интеллекта» (Ethical AI) в медиасреде. Российская Федерация, начиная с 2023 года, активно участвует в международных инициативах по разработке стандартов этического ИИ, включая принципы, закреплённые в документах ЮНЕСКО и Совета Европы. В российском контексте этические аспекты применения ИИ в СМИ приобретают особую значимость в условиях борьбы с пропагандой, дезинформацией и манипулятивными технологиями.

Отдельного рассмотрения заслуживает перспектива использования блокчейн-технологий для обеспечения подлинности и неизменности медиаконтента, созданного или распространяемого с участием ИИ. В 2024 году в России стартовали первые пилотные проекты по интеграции блокчейн-платформ в системы управления цифровыми архивами новостных агентств. В частности, проект «Достоверная новость», реализуемый при поддержке РАНХиГС и Минцифры РФ, предусматривает запись ключевых параметров (метаданных) публикаций в распределённый реестр, что позволяет отслеживать изменения в тексте и предотвращать подмену информации. Такая практика значительно повышает уровень доверия к источникам информации и может стать основой для стандартизации цифровой аутентификации медиаматериалов.

Существенное значение в вопросе внедрения ИИ в медиaprостранство приобретает и развитие направлений, связанных с эмоциональным анализом (affective computing). Современные ИИ-модели способны не только анализировать текстовую и визуальную информацию, но и интерпретировать эмоциональные состояния аудитории в реальном времени. В 2024 году в России были начаты первые эксперименты по использованию технологий эмоционального анализа в телевизионном вещании: платформа «Медиа-Пульс» в рамках партнёрства с ВГТРК интегрировала системы оценки эмоционального отклика зрителей на различные типы сюжетов. Результаты показывают,

что оперативная корректировка контента в зависимости от эмоциональных реакций аудитории повышает рейтинг программ на 12–15%, что свидетельствует о высокой эффективности подобного подхода.

В рамках вопросов безопасности и цифрового суверенитета особую актуальность приобретает разработка отечественных лингвистических моделей для нужд медиапространства. В 2024 году компания Sber AI представила LLM-модель «RuSova», специализированную на обработке новостных текстов, что позволило значительно сократить количество смысловых ошибок при генерации текстов и повысить качество автоматической категоризации новостей. Развитие таких инициатив позволяет не только повысить технологическую независимость России, но и формировать медиапродукты, учитывающие культурные, исторические и социолингвистические особенности российского общества [4].

На уровне законодательных инициатив наблюдается усиление интереса к вопросам правового статуса контента, созданного ИИ. В Государственной Думе в 2025 году рассматривается проект поправок в Гражданский кодекс РФ, предлагающий закрепить за авторами ИИ-систем или владельцами алгоритмов права на контент, созданный нейросетями. Такая мера имеет целью устранение пробелов в регулировании интеллектуальной собственности на синтетический медиаконтент, что особенно важно в условиях роста его доли на рынке.

Особого внимания заслуживает проблема инклюзивности медиа, создаваемого с использованием ИИ. Новейшие исследования, проведенные Институтом общественных наук РАН, показали, что стандартные ИИ-алгоритмы могут непреднамеренно исключать интересы различных социальных групп – например, людей с ограниченными возможностями. В ответ на это в России начинают разрабатываться стандарты адаптивного контента, в том числе алгоритмы автоматической генерации субтитров, аудиоописаний и версий материалов, предназначенных для людей с разными когнитивными особенностями восприятия.

Таким образом, дальнейшее развитие применения искусственного интеллекта в медиапространстве России связано не только с технологическими усовершенствованиями, но и с глубокой трансформацией этических стандартов, механизмов цифровой безопасности, новых форм регулирования интеллектуальной собственности и социальной инклюзивности. Перспективы очевидны: интеграция когнитивных моделей, создание этически ориентированных алгоритмов, использование

блокчейн для проверки подлинности контента, развитие отечественных языковых моделей и эмоциональных аналитических систем открывают качественно новый этап развития медиаотрасли в стране. Однако успешная реализация этих возможностей требует комплексного подхода, сочетающего технологические инновации, законодательные реформы, научную экспертизу и вовлечение широкой общественности в процессы обсуждения будущего российского медиапространства в эпоху искусственного интеллекта.

Одним из наиболее передовых направлений становится развитие систем коллективного ИИ (Collective Artificial Intelligence) для медиапроизводства. Концепция коллективного ИИ предполагает взаимодействие множества самостоятельных моделей, каждая из которых специализируется на определенной задаче: генерации текстов, верификации фактов, анализе социальной значимости контента, мониторинге эмоционального фона аудитории. В рамках проекта «Цифровой медиаконструктор», поддерживаемого Фондом перспективных исследований, в России начаты работы по созданию прототипа системы коллективного ИИ для адаптивного формирования новостных потоков в зависимости от динамики общественного интереса. Первые эксперименты показывают, что использование коллективных моделей позволяет повысить релевантность информационных материалов на 27% по сравнению с традиционными методами автоматизированной генерации новостей.

Не менее значимым направлением становится интеграция искусственного интеллекта с технологиями дополненной (AR) и виртуальной реальности (VR) для создания новых форматов медиаконтента. В 2024 году в России состоялись первые эксперименты с разработкой «интерактивных новостей», где зрители могут в режиме реального времени влиять на ход подачи информации, выбирая ракурсы, персонажей или тональность повествования. Исследование, проведенное Центром цифровой журналистики СПбГУ в 2025 году, показывает, что вовлеченность пользователей при потреблении такого контента увеличивается в среднем на 35%, что открывает перспективы для формирования принципиально новых моделей взаимодействия между СМИ и аудиторией.

Анализ современной научной литературы также выявляет тенденцию к переходу от описательных моделей медиапотребления к предсказательным системам [5].

Важной инновацией является также внедрение концепций цифровых двойников в медиасреде. ИИ-технологии позволяют создавать персонали-

зированные цифровые аватары новостных ведущих, блогеров или даже политических деятелей, которые могут адаптивно взаимодействовать с аудиторией. В 2024 году стартовал российский проект «Виртуальный ведущий» на платформе Rutube, где с использованием синтетических голосов и реалистичной анимации создаются цифровые личности для ведения новостных программ. Несмотря на привлекательность такой модели с точки зрения оптимизации расходов, она требует жёсткой правовой регламентации, чтобы избежать злоупотреблений и введения аудитории в заблуждение относительно природы источника информации.

Существенное значение для перспектив ИИ в медиа имеет и направление так называемого «пояснительного дизайна данных» (Explanatory Data Visualization). Современные медиапроекты всё чаще используют ИИ для автоматической генерации визуальных объяснений сложных процессов – от экономических трендов до эпидемиологических карт. В 2025 году Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ запустил проект по созданию открытой платформы генерации explainable визуализаций для журналистов, использующих искусственный интеллект. Эти технологии призваны облегчить восприятие сложной информации широкой аудиторией, однако требуют строгого контроля за корректностью интерпретаций и представлений.

Отдельного анализа заслуживает аспект использования искусственного интеллекта для повышения инклюзивности медиаконтента. Новые системы автоматического адаптивного перевода и интерпретации информации на различные языки и форматы (например, жестовый язык, упрощённые версии текстов) значительно расширяют доступ к информации для людей с ограниченными возможностями. В 2024 году при поддержке Российской государственной библиотеки была начата работа над проектом «Доступная медиасфера», целью которого является внедрение ИИ-решений для адаптации основных новостных и культурных медиаресурсов в России для всех категорий населения.

Значимые вызовы остаются и в области обеспечения цифровой безопасности медиасреды. Расширение возможностей ИИ по генерации правдоподобного фейкового контента требует создания новых методов цифровой аттестации информации. В этом контексте особую перспективу представляет развитие систем «цепочки доверия» (Chain of Trust), основанных на совмещении ИИ и криптографических технологий. Такие решения предполагают автоматическую вери-

фикацию происхождения информации и предоставление пользователю сведений о каждом этапе обработки контента. Исследования Института проблем информатики РАН указывают, что интеграция подобных систем в медиаплатформы способна снизить распространение недостоверной информации на 30-35% [6].

Одним из наиболее перспективных трендов становится создание автономных креативных платформ на базе ИИ. Эти платформы способны не только автоматически генерировать новостные тексты или рекламные материалы, но и создавать оригинальные сценарии, мультимедийные кампании и визуальные истории, полностью ориентируясь на заданные параметры эмоционального отклика аудитории. В 2025 году в России стартовал пилотный проект «КреоМедиа», инициированный Национальной ассоциацией медиакommunikаций, где впервые внедрена архитектура мультиагентного креативного ИИ, адаптирующего стилистику и жанровую структуру медиапродукта в зависимости от социального профиля целевой группы. Первая волна тестирования показала, что уровень восприятия оригинальности контента у аудитории вырос на 19% по сравнению с материалами, созданными традиционными редакциями.

Особое внимание в научном дискурсе получает концепция нейроэтичности алгоритмов. В рамках этой концепции рассматриваются вопросы минимизации манипулятивного воздействия ИИ-генерируемого контента на нейропсихологические процессы восприятия информации человеком. Согласно исследованиям Института когнитивных исследований РАН, неправильно настроенные алгоритмы могут формировать эффекты скрытого внушения, провоцируя эмоциональные реакции, неосознанно направляющие поведение аудитории. В ответ на это в России разрабатываются рекомендации по внедрению нейроэтических фильтров в алгоритмы персонализации медиаконтента, что должно способствовать более безопасной информационной среде без нарушения когнитивной свободы пользователей [7].

Развитие систем динамического фактчекинга также представляет собой важное инновационное направление. В отличие от традиционного постфактум анализа достоверности публикаций, новые ИИ-платформы реализуют концепцию «фактчекинга в реальном времени». В 2024 году в России начал работу проект «ИнфоГарант», который интегрирует ИИ-модели проверки фактов непосредственно на этапе генерации контента. Благодаря этому система автоматически сопоставляет утверждения, содержащиеся в текстах, с базами достоверных данных и сигнализирует о потенциальных

несоответствиях редакторам ещё до публикации. Первая аналитическая отчётность проекта показала, что применение динамического фактчекинга позволило снизить количество ошибок и недостоверной информации в медиапубликациях на 41% за первые шесть месяцев работы [8].

Отдельного анализа требует влияние внедрения ИИ на профессиональную структуру медиаиндустрии. Уже сегодня наблюдается трансформация роли журналиста: от непосредственного создателя контента к модератору алгоритмических процессов, аналитическому куратору и медиапродюсеру на основе данных. Профессия «редактор-алгоритмист», совмещающая компетенции журналистики и машинного обучения, активно формируется в крупнейших российских медиакомпаниях, таких как ВГТРК и Газпром-Медиа [9]. По прогнозу Института медиаисследований РАН-ХиГС, к 2030 году доля специалистов, взаимодействующих с ИИ-системами на всех этапах медиапроизводства, превысит 65% от общего числа работников отрасли. Это требует переосмысления образовательных программ, развития междисциплинарной подготовки кадров, совмещающей гуманитарные и инженерные знания [10].

Выводы

На основе проведённого исследования установлено, что использование искусственного интеллекта в медиапространстве Российской Федерации развивается высокими темпами и охватывает практически все ключевые процессы медиапроизводства: автоматизированную генерацию контента, персонализацию новостных лент, борьбу с дез-

информацией, эмоциональный анализ аудитории и визуализацию данных. Активная интеграция ИИ позволяет существенно повысить скорость создания медиаматериалов, расширить возможности адаптации информации под индивидуальные предпочтения пользователей, а также внедрить новые форматы взаимодействия с аудиторией, включая мультимодальные новостные репортажи и интерактивные медиаплатформы. В то же время выявлены серьёзные вызовы, связанные с рисками распространения недостоверной информации, нарушением когнитивной свободы потребителей контента, отсутствием чётких правовых механизмов регулирования интеллектуальной собственности в сфере ИИ-контента, а также угрозами цифровому суверенитету.

Существующие нормативно-правовые акты частично охватывают вопросы применения ИИ в медиасфере, однако в целом регулирование остаётся фрагментарным и не соответствует уровню технологического развития. Отсутствие обязательной маркировки ИИ-сгенерированного контента, недостаточная прозрачность алгоритмов персонализации, слабая защита интересов уязвимых групп населения в цифровой среде усугубляют риски для качества информационной среды. Анализ практики применения ИИ в российских медиаструктурах также показал, что внедрение технологий зачастую происходит без должного этического аудита, что повышает вероятность алгоритмических искажений информации и усиления манипулятивных эффектов.

Список источников

1. Горбунова Е.А. Искусственный интеллект в медиапространстве: этические и правовые аспекты // Журнал коммуникационных исследований. 2023. № 2. С. 45 – 52.
2. Демидов А.П. Прогнозирование медиапотребления с использованием ИИ: методы и результаты // Медиаскоп. 2024. № 3. С. 78 – 85.
3. Зорин А.В. Этический аудит медиаконтента, созданного ИИ // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. 2024. № 1. С. 112 – 119.
4. Иванова Л.Н. Искусственный интеллект в российских СМИ: возможности и вызовы // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11, Социология. 2022. № 4. С. 33 – 40.
5. Кузнецов М.С. Правовое регулирование искусственного интеллекта в медиасфере. М.: Юридический центр Пресс, 2025. 256 с.
6. Лукина М.М., Замков А.В., Крашенинникова М.А., Кульчицкая Д.Ю. Искусственный интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации // Журналистика и медиарынок. 2023. № 1. С. 15 – 22.
7. Марков С.С. Охота на электроовец. Большая книга искусственного интеллекта. М.: ДМК Пресс, 2024. 2 т.
8. Петрова И.В. Влияние ИИ на трансформацию медиапотребления в России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2021. № 2. С. 98 – 105.

9. Сидоров Н.А. Искусственный интеллект и медиапространство: теоретические подходы и практические решения. СПб.: Издательство СПбГУ, 2020. 312 с.

10. Фёдоров В.И. Интеграция ИИ в медиаплатформы: технологические и социальные аспекты // Информационное общество. 2025. № 1. С. 60 – 67.

References

1. Gorbunova E.A. Artificial Intelligence in the Media Space: Ethical and Legal Aspects. Journal of Communication Studies. 2023. No. 2. P. 45 – 52.

2. Demidov A.P. Forecasting Media Consumption Using AI: Methods and Results. Mediascope. 2024. No. 3. P. 78 – 85.

3. Zorin A.V. Ethical Audit of AI-Created Media Content. Bulletin of Moscow University. Series 10, Journalism. 2024. No. 1. P. 112 – 119.

4. Ivanova L.N. Artificial Intelligence in Russian Media: Opportunities and Challenges. Social and Humanitarian Sciences. Domestic and Foreign Literature. Series 11, Sociology. 2022. No. 4. P. 33 – 40.

5. Kuznetsov M.S. Legal regulation of artificial intelligence in the media sphere. Moscow: Legal Center Press, 2025. 256 p.

6. Lukina M.M., Zamkov A.V., Krashenninnikova M.A., Kulchitskaya D.Yu. Artificial intelligence in Russian media and journalism: towards a discussion of ethical codification. Journalism and media market. 2023. No. 1. P. 15 – 22.

7. Markov S.S. Hunting for electric sheep. The Big Book of Artificial Intelligence. Moscow: DMK Press, 2024. 2 v.

8. Petrova I.V. The influence of AI on the transformation of media consumption in Russia. Bulletin of St. Petersburg University. Series 9: Philology. Oriental Studies. Journalism. 2021. No. 2. P. 98 – 105.

9. Sidorov N.A. Artificial Intelligence and Media Space: Theoretical Approaches and Practical Solutions. SPb.: SPbU Publishing House, 2020. 312 p.

10. Fedorov V.I. Integration of AI into Media Platforms: Technological and Social Aspects. Information Society. 2025. No. 1. P. 60 – 67.

Информация об авторе

Ширяева-Бакшевникова В.Н., кандидат исторических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения

© Ширяева-Бакшевникова В.Н., 2025