

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.9>**ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИЙНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ВНЕДРЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СФЕРУ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ**

Научная статья

Иноземцева А.В.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0003-4786-5469;¹ Новосибирский государственный университет экономики и управления, Новосибирск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (a.v.inozemceva[at]mail.ru)

Аннотация

Статья посвящена актуальным вопросам формирования медийного интеллекта в условиях цифровизации и интенсивного проникновения технологий искусственного интеллекта (ИИ) в современные медиакоммуникационные процессы. Исследуются структура и составляющие медийного интеллекта, выявляются ключевые компетенции современного журналиста и медиаспециалиста, необходимые для эффективного функционирования в информационной среде. Особое внимание уделено влиянию ИИ на методы сбора, обработки и представления информации, а также на этические и правовые аспекты применения интеллектуальных технологий в медиасфере.

В работе анализируется текущее состояние и практики использования ИИ в российских СМИ, выявляются как возможности, так и риски, связанные с его внедрением. Обосновывается необходимость трансформации образовательных подходов для подготовки медиаспециалистов, способных эффективно работать в новой технологической реальности. Предлагаются практические подходы к интеграции технологий ИИ в учебный процесс подготовки кадров для индустрии медиакоммуникаций, направленные на развитие критического мышления, креативности и этической ответственности.

Ключевые слова: медийный интеллект, искусственный интеллект, цифровая журналистика, медиаобразование, трансформация СМИ, этика ИИ, коммуникативные технологии, нейросети, фейковые новости, фактчекинг.

THE DEVELOPMENT OF MEDIA INTELLIGENCE AND THE IMPLEMENTATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE FIELD OF MEDIA COMMUNICATIONS

Research article

Inozemceva A.V.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0003-4786-5469;¹ Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russian Federation

* Corresponding author (a.v.inozemceva[at]mail.ru)

Abstract

The article is devoted to topical issues of media intelligence development in the context of digitalisation and the intensive penetration of artificial intelligence (AI) technologies into modern media communication processes. It examines the structure and components of media intelligence and identifies the key competencies of modern journalists and media specialists necessary for effective functioning in the information environment. Particular attention is paid to the influence of AI on methods of collecting, processing and presenting information, as well as to the ethical and legal aspects of the application of intelligent technologies in the media sphere.

The work analyses the current state and practices of AI use in the Russian media, identifying both the opportunities and risks associated with its implementation. It substantiates the necessity of transforming educational approaches to train media specialists capable of working effectively in the new technological reality. Practical approaches to integrating AI technologies into the training process for the media communications industry are suggested, aimed at developing critical thinking, creativity, and ethical responsibility.

Keywords: media intelligence, artificial intelligence, digital journalism, media education, media transformation, AI ethics, communication technologies, neural networks, fake news, fact-checking.

Введение

Современная медиасфера переживает период фундаментальной трансформации, обусловленный двумя взаимосвязанными процессами: тотальной цифровизацией и стремительным внедрением технологий искусственного интеллекта (ИИ). Глобальная цифровизация привела к появлению новых медиаформатов, изменению моделей медиапотребления и кардинальной перестройке коммуникационных каналов [2]. В этих условиях ключевым фактором профессиональной успешности и социальной адаптации личности становится медийный интеллект — комплекс когнитивных способностей и практических навыков, необходимых для критической оценки, анализа и создания информации в цифровой среде.

Одновременно с этим, искусственный интеллект перестает быть футуристической концепцией и становится действенным инструментом в медиаиндустрии. Технологии ИИ активно проникают в производственные процессы, финансы, медицину и телекоммуникации, становясь неотъемлемой частью функционирования медиасферы [3]. Это создает как беспрецедентные возможности для оптимизации медиапроизводства, так и новые вызовы, связанные с этикой, достоверностью информации и самой сущностью журналистской профессии. Цель данного исследования —

проанализировать взаимовлияние процессов формирования медийного интеллекта и внедрения ИИ в сферу медиакommunikаций, выявить ключевые проблемы и определить перспективные направления развития образовательных практик.

Методы и принципы исследования

Настоящее исследование носит теоретико-аналитический характер и базируется на междисциплинарном подходе, интегрирующем концепции из области журналистики, медиаобразования, социологии коммуникаций и компьютерных наук. Методологической основой послужил системный анализ научных публикаций, экспертных отчетов и материалов диссертационных исследований, посвященных трансформации медиасреды. Был проведен контент-анализ научных работ, раскрывающих современное состояние и потенциал ИИ как объекта инноваций в российских медиа и журналистике [3]. Для изучения практического аспекта применения ИИ были проанализированы кейсы, описанные в отраслевых изданиях и научных статьях. Теоретическое осмысление понятия «медийный интеллект» строилось на обобщении существующих подходов к цифровой грамотности и медиакomпетенциям [2]. Принципы исследования включают объективность, системность и комплексный подход к изучению сложных социотехнических явлений, каковыми являются медийный интеллект и ИИ.

Основные результаты

1. *Трансформация медиакomмуникационной среды.* Современная медиасреда характеризуется избыточностью информационных потоков, высокой скоростью распространения контента и доминированием визуальных форматов. Это приводит к формированию «клипового сознания» и снижению способности к глубокому анализу информации [8]. Распространение социальных сетей и мессенджеров изменило модели коммуникации с преимущественно линейной на сетевую, где каждый пользователь является потенциальным производителем и распространителем контента [9].

2. *Структура и компоненты медийного интеллекта.* В новых условиях традиционных журналистских навыков становится недостаточно. Медийный интеллект современного специалиста должен включать следующие компоненты:

- цифровая грамотность: умение эффективно использовать цифровые инструменты для поиска, верификации и создания контента;
- творческие способности: креативность в разработке новых форматов и подходов к подаче информации, позволяющих выделиться в насыщенной медиасреде;
- критическое мышление: способность анализировать информацию, выявлять манипуляции, фейки и скрытые смыслы. Это особенно важно в условиях, когда ИИ может генерировать правдоподобный, но ложный контент;
- рефлексия и мотивация: понимание своей социальной ответственности и постоянное стремление к саморазвитию и освоению новых технологий [2].

3. *Применение технологий ИИ в медиакomмуникациях.* Искусственный интеллект уже сегодня применяется на всех этапах медиапроизводства:

- сбор информации: автоматический мониторинг социальных сетей и новостных лент для выявления трендов и информационных поводов;
- обработка данных: анализ больших данных (big data) для выявления скрытых закономерностей, автоматическая расшифровка аудио- и видеозаписей;
- создание контента: генерация новостных заметок, спортивных отчетов, финансовых сводок. Нейросети способны создавать уникальные тексты и даже визуальные материалы [1].

4. *Дистрибуция.* Персонализированные рекомендательные системы, которые подбирают контент под интересы конкретного пользователя, повышая его вовлеченность.

5. *Современные практики использования ИИ в российских СМИ.* Ведущие российские медиакомпании, такие как РБК, Яндекс и Интерфакс, уже активно экспериментируют с технологиями ИИ. Нейросети используются для генерации текстов, автоматизации рутинных процессов и аналитики аудиторных предпочтений [3]. Однако их применение пока носит скорее вспомогательный характер, и полное замещение журналиста искусственным интеллектом не представляется возможным в ближайшей перспективе. Основными барьерами являются сложность создания глубоких аналитических материалов, требующих человеческого опыта, и этические ограничения.

Обсуждение

Внедрение ИИ в медиакomмуникации порождает ряд сложных этических и правовых вопросов. Ключевой проблемой является размытие ответственности за публикуемый контент. Если новость, сгенерированная ИИ, окажется ложной и нанесет ущерб, кто понесет ответственность: разработчик алгоритма, редакция, использовавшая его, или сам ИИ? [5]. Остро стоит вопрос авторского права на контент, созданный нейросетью. Российское законодательство пока не признает ИИ субъектом права, что создает правовой вакуум.

Другой значимый аспект — это угроза «пузырей фильтров», когда персонализированные алгоритмы замыкают пользователя в информационном коконе, ограничивая его доступ к альтернативным точкам зрения [7]. Это подрывает основы демократического общества, основанного на свободном обмене мнениями.

Эти вызовы диктуют острую необходимость реформирования системы медиаобразования. Современные образовательные программы должны не просто обучать использованию новых инструментов, но формировать у будущих журналистов глубокое понимание принципов работы ИИ, его возможностей и ограничений. Необходимо сместить акцент с технических навыков на развитие критического мышления, этической рефлексии и способности к творческому поиску. Студенты должны учиться не конкурировать с машиной в рутинных операциях, а эффективно сотрудничать с ней, используя ее сильные стороны для создания более качественного и глубокого контента [4].

Заключение

Искусственный интеллект необратимо меняет ландшафт медиакommunikаций, превращаясь из технологической инновации в системообразующий фактор. Этот процесс ставит перед журналистикой и обществом в целом сложные задачи, решение которых требует комплексного подхода.

Проведенное исследование показало, что эффективное внедрение ИИ возможно только при условии опережающего развития медийного интеллекта как у профессионалов медиасферы, так и у массовой аудитории. Журналист будущего — это не просто создатель контента, а верификатор, аналитик, медиатор и эксперт по этике, способный управлять сложными информационными процессами в гибридной среде, где взаимодействуют люди и интеллектуальные машины.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на разработку конкретных методик и образовательных стандартов, интегрирующих изучение ИИ в подготовку журналистов, а также на создание правовой и этической базы, регулирующей применение интеллектуальных технологий в медиа. Только так можно будет использовать колоссальный потенциал ИИ во благо общества, минимизируя связанные с ним риски.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Рецензия

Минин Д.Л., Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород Российская Федерация
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.9.1>

Review

Minin D.L., Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod Russian Federation
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.9.1>

Список литературы / References

1. Асташкин А.Г. Нейросети в структуре журналистской профессии / А.Г. Асташкин // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности : сборник материалов Международной научно-практической конференции. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2024. — С. 193–196.
2. Гаврилов В.В. Цифровой интеллект как основа профессионального развития журналиста / В.В. Гаврилов // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности : сборник материалов Международной научно-практической конференции. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2024. — С. 361–363.
3. Давыдов С.Г. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике. / С.Г. Давыдов, А.В. Замков, М.А. Крашенинникова и др. // Вестник Московского университета. — 2023. — 5. — С. 3–21.
4. Мантуленко В.В. Искусственный интеллект в образовании: противоречия в использовании. / В.В. Мантуленко, А.В. Мантуленко // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2024. — 6. — С. 221–237.
5. Олешко Е.В. Авторское право и риски генеративного контента в деятельности СМИ / Е.В. Олешко // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности : сборник материалов Международной научно-практической конференции. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2024. — С. 234–237.
6. Онуприенко К.А. Новые медиаформаты в практике российских СМИ : дис. ...канд. филол. наук: 5.9.9 : защищена 2023-11-09 : утв. 2025-07-28 / К.А. Онуприенко. — Москва, 2023. — 179 с.
7. Шарков Ф.И. Новые коммуникационные тренды в образовании: цифровые технологии и искусственный интеллект. / Ф.И. Шарков, В.Т. Абишева, М.А. Лучина и др. // Коммуникология. — 2022. — 3. — С. 67–86.
8. Шведов И.Ю. Трансформация культурных практик в эпоху новых медиа. / И.Ю. Шведов // Общество: философия, история, культура. — 2025. — 3. — С. 114–119.
9. Асташкин А.Г. Социальные медиа в структуре современной сетевой коммуникации / А.Г. Асташкин, М.Г. Бреслер // Ученые записки Казанского университета. — 2018. — Т. 160. — С. 814–822.
10. Везетиу Е.В. Новые медиа и современные процессы в коммуникации. / Е.В. Везетиу, Е.В. Вовк // Мир науки, культуры, образования. — 2022. — 6. — С. 326–328.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Astashkin A.G. Neiroseti v strukture zhurnalistskoj professii [Neural networks in the structure of the journalistic profession] / A.G. Astashkin // Cifrovaja zhurnalistika: tehnologii, smysly i osobennosti tvorcheskoy dejatel'nosti [Digital journalism: technologies, meanings and features of creative activity] : collection of materials from the International Scientific and Practical Conference. — Yekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2024. — P. 193–196. [in Russian]
2. Gavrilov V.V. Tsifrovoy intellekt kak osnova professionalnogo razvitiya zhurnalista [Digital intelligence as a basis for the professional development of a journalist] / V.V. Gavrilov // Cifrovaja zhurnalistika: tehnologii, smysly i osobennosti tvorcheskoy dejatel'nosti [Digital journalism: technologies, meanings and features of creative activity] : collection of materials from the International Scientific and Practical Conference. — Yekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2024. — P. 361–363. [in Russian]
3. Davy'dov S.G. Ispol'zovanie texnologij iskusstvennogo intellekta v rossijskix media i zhurnalistike [Use of artificial intelligence technologies in Russian media and journalism]. / S.G. Davy'dov, A.V. Zamkov, M.A. Krashenninnikova et al. // Bulletin of Moscow University. — 2023. — 5. — P. 3–21. [in Russian]

4. Mantulenko V.V. Iskusstvenny'j intellekt v obrazovanii: protivorechiya v ispol'zovanii [Artificial intelligence in education: contradictions in use]. / V.V. Mantulenko, A.V. Mantulenko // Scientific and methodological electronic journal "Concept". — 2024. — 6. — P. 221–237. [in Russian]
5. Oleshko Ye.V. Avtorskoe pravo i riski generativnogo kontenta v deyatel'nosti SMI [Copyright and risks of generative content in media activities] / Ye.V. Oleshko // Cifrovaja zhurnalistika: tehnologii, smysly i osobennosti tvorcheskoj dejatel'nosti [Digital journalism: technologies, meanings and features of creative activity] : collection of materials from the International Scientific and Practical Conference. — Yekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2024. — P. 234–237. [in Russian]
6. Onuprienko K.A. Novie mediaformaty v praktike rossiiskikh SMI [New media formats in the practice of Russian media] : dis....Candidate of Philological Sciences: 5.9.9. : defense of the thesis 2023-11-09 : approved 2025-07-28 / K.A. Onuprienko. — Moscow, 2023. — 179 p. [in Russian]
7. Sharkov F.I. Novy'e kommunikacionny'e trendy' v obrazovanii: cifrovye tehnologii i iskusstvenny'j intellekt [New communication trends in education: digital technologies and artificial intelligence]. / F.I. Sharkov, V.T. Abisheva, M.A. Luchina et al. // Communicology. — 2022. — 3. — P. 67–86. [in Russian]
8. Shvedov I.Yu. Transformaciya kul'turny'x praktik v e'poxu novy'x media [Transformation of cultural practices in the era of new media]. / I.Yu. Shvedov // Society: philosophy, history, culture. — 2025. — 3. — P. 114–119. [in Russian]
9. Astashkin A.G. Sotsialnie media v strukture sovremennoi setevoi kommunikatsii [Social media in the structure of modern network communication] / A.G. Astashkin, M.G. Bresler // Uchenie zapiski Kazanskogo universiteta [Scientific Notes of Kazan University]. — 2018. — T. 160. — P. 814–822. [in Russian]
10. Vezetiu E.V. Novy'e media i sovremennyye processy' v kommunikacii [New media and modern processes in communication]. / E.V. Vezetiu, E.V. Vovk // New media and modern processes in communication. — 2022. — 6. — P. 326–328. [in Russian]