

Авакова Элина Борисовна

канд. социол. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический

университет Петра Великого»

г. Санкт-Петербург

Кузнецов Артем Александрович

магистрант

ФГБОУ ВО «Российский государственный

педагогический университет им. А.И. Герцена»

г. Санкт-Петербург

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В РЕШЕНИИ РАЗЛИЧНЫХ ЗАДАЧ В ОБЛАСТИ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Аннотация: в статье рассматривается вопрос применения искусственного интеллекта как современного инструмента, который широко используется в медиасфере для решения текущих задач при работе с медиаконтентом. Авторы статьи приводят примеры областей применения искусственного интеллекта в целом, а также в профессиональной практике медиаспециалистов. В статье обозначены как преимущества использования искусственного интеллекта, так и вызовы, в том числе этического характера, связанные с его повсеместным распространением.

Ключевые слова: искусственный интеллект, медиа, медиасфера, медиакоммуникации, контент.

Искусственный интеллект (ИИ) представляет собой область информатики, которая занимается созданием программных решений и систем, способных к выполнению различных задач на том или ином уровне. В широком смысле искусственный интеллект относится к набору инструментов, которые позволяют машинам, в частности компьютерным системам, выполнять задачи, сравнимые с человеческим интеллектом. Эти задачи включают восприятие, обучение, логическое мышление, решение проблем, принятие решений и др.

ИИ использует алгоритмы, модели и технологии, позволяющие машинам с помощью различных методов и программного обеспечения интерпретировать данные, выносить суждения, приспосабливаться к изменениям, использовать обучение и интеллект для выполнения различных действий. Искусственный интеллект способен анализировать огромное количество факторов и делать обоснованные выводы на основе обрабатываемых данных. Он может работать автономно, без вмешательства человека. Все это делает его незаменимым инструментом в самых разных сферах [12].

Так, ИИ используется в различных областях (с различной степенью достоверности и точности), среди которых, например, следующие.

1. Бизнес и финансы. Аналитика рынка, вычисления, ассистирование в принятии инвестиционных решений, банкинг, помощь в управлении личными финансами, автоматизация рутинных процессов (распознавание и обработка документов) и др. По состоянию на осень 2025 года, более 40% предприятий малого и среднего бизнеса в России используют решения на базе ИИ, и более 75% из них отмечают такие преимущества как существенное сокращение времени на рутинные процессы, экономию трудозатрат и повышение точности расчетов [5].

2. Государственное управление. Сбор данных и анализ показателей в ключевых отраслях экономики и социальной сфере, в системе управления нацпроектами, в федеральных и региональных ведомствах (ФНС, МЧС, Таможенная служба и др.) и т. д. Эффективность применения ИИ выражается в ускорении обработки типовых заявок в различные ведомства, повышении качества прогнозов рисков и, как следствие, их предотвращении, обеспечении системного мониторинга хода и качества выполнения национальных целей и оперативного реагирования на отклонения от плана [4].

3. Медицина. Исследование заболеваний, разработка лекарств, выбор методов лечения, анализ данных (медицинских документов, исследований и др.) в целях поддержки принятия врачебных решений. Внедрение технологий ИИ способствует улучшению качества оказываемых медицинских услуг, повышению точности диагностики и исследований [8].

4. Медиа. Сбор, анализ, интерпретация информации в различных целях; производство контента (текст, изображение, видео, аудио) для традиционных СМИ, социальных сетей, блогов. Технологии ИИ активно используются профильными специалистами для разработки стратегии по взаимодействию с общественностью, планирования и проведения рекламных кампаний и продвижения продуктов, выявления манипуляций и борьбы с фейками, генерации новостей и персонализированных сводок, анализа реакции аудитории. По прогнозам к 2028 году более 70% медиабизнеса будет использовать ИИ-инструменты в повседневной профессиональной практике [9].

Искусственный интеллект – это мощный инструмент, который широко используется в медиасфере и служит катализатором для разработки маркетинговых стратегий и создания контента, эффективного управления социальными сетями, анализа данных и стратегического планирования, повышая эффективность медиакоммуникаций.

Так, по экспертным оценкам в тройке самых перспективных технологий ИИ в сегменте медиа и коммуникаций следующие: персонализация новостных лент (41,5%), автоматическое создание текстов (39,2%) и аналитика данных (31,8%) [3]. Компании все чаще обращаются к ИИ-решениям для обработки больших объемов данных в решении задач прогнозирования предпочтений пользователей, создания медиаконтента, подборки персонализированных рекомендаций, поиска креативных идей и пр. [11].

Использование ИИ прочно вошло в повседневные и профессиональные практики, что можно связать с двумя тенденциями: в первую очередь, в последние десятилетия наблюдается стремительное увеличение объемов информации, производимой и потребляемой человеком; во-вторых, быстрыми темпами идет технологический прогресс, в частности, растут вычислительные мощности, доступные как крупным компаниям, так и рядовым пользователям на персональных цифровых устройствах [7].

ИИ уже давно превратился из вспомогательного инструмента в полноценного соавтора. По сути это коллега, который выполняет функции аналитика, копирайтера, ньюсмейкера, составляет контент-план, расшифровывает интервью, формулирует заголовок, создает инфографику, распознает тренды и многое другое. Так, согласно результатам исследования по «Внедрению ИИ в российских редакциях» в среднем каждый четвертый сотрудник редакции пользуется нейросетями [6].

Отметим, что внедрение ИИ несет в себе как ощутимые преимущества, так и серьезные вызовы. Технологии ИИ широко и эффективно применяются для выполнения рутинных задач: от создания и редактирования текстовых, фото- и видеоматериалов до настройки контента с учетом индивидуальных предпочтений пользователей. А это означает, в том числе, что существенно снижаются материальные и временные затраты на их выполнение. Одновременно, с учетом автоматизации ряда процессов происходит перестройка рынка труда: специалистам, чтобы оставаться востребованными, приходится повышать квалификацию и осваивать новые компетенции, а на рынке активно появляются ранее не существовавшие профессиональные позиции. Широкое распространение ИИ также порождает ряд этических вопросов, связанных, например, с ответственностью за сгенерированный алгоритмами контент и рисками распространения поддельного контента, учетом моральных и социальных аспектов при подготовке медиатекстов и пр. [10]. В современных условиях особую значимость и ценность приобрела достоверная верифицированная информация, люди не склонны доверять источникам, будучи уверенными в том, что их обманывают [1, с. 413; 2, с. 65]. Этому способствует широкое распространение фейковых новостей, дипфейков, ошибочных и непроверенных сведений. Их появление и массовое распространение во многом стало возможным благодаря технологиям ИИ.

Искусственный интеллект, действительно, демонстрирует высокую эффективность в автоматизации процессов, но его возможности ограничены без человеческого участия. Только с помощью критического мышления, редакторского

опыта, творческого видения и морально-этической оценки профессионалов применение ИИ может быть максимально эффективным в медиасфере.

Список литературы

1. Авакова Э.Б. Культура работы с информацией как ключевая компетенция современного медиаспециалиста / Э.Б. Авакова, А.А. Кузнецов // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2025. – Т. 44. №3. – С. 411–419. DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-3-411-419. EDN AAJKNM
2. Авакова Э.Б. Подготовка медиаспециалистов в области социальной коммуникации / Э.Б. Авакова, А.А. Кузнецов // Коммуникология. – 2023. – Т. 11. №4. – С. 60–69. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-60-69. EDN LLJPOK
3. Аналитики оценили опыт и перспективы использования ИИ в медиа и коммуникациях // РАЭК: офиц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://raec.ru/live/branch/14034/> (дата обращения: 11.01.2026).
4. В Правительстве рассказали, как ИИ помогает принимать эффективные решения // Российская газета: интернет-портал. – 2025 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2025/12/23/v-pravitelstve-rasskazali-kak-ii-pomogaet-prinimat-effektivnye-resheniia.html> (дата обращения: 21.01.2026).
5. ИИ в финансовых отделах: доступные решения для автоматизации МСБ в 2025 // РБК Компании: интернет-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://companies.rbc.ru/news/uPcQWlHrf6/ii-v-finansovyih-otdelah-dostupnye-resheniya-dlya-avtomatizatsii-msb-v-2025/> (дата обращения: 12.01.2026).
6. Искусственный интеллект в медиакоммуникациях: как ИИ меняет профессию журналиста, PR-специалиста и научного коммуникатора // Научный центр искусственного интеллекта СПбГУ: офиц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aicenter.spbu.ru/article/33> (дата обращения: 12.01.2026).
7. Искусственный интеллект в российской индустрии медиа и коммуникаций // Sociodigger: интернет-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sociodigger.ru/articles/articles-page/iskusstvennyi-intellekt-v-rossiiskoi-industrii-media-i-kommunikacii> (дата обращения: 12.01.2026).

8. Путин поручил Минздраву уделить особое внимание внедрению ИИ // РБК: интернет-портал. – 2025 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/industries/news/651fbbbe9a7947008ce7b8e0> (дата обращения: 12.01.2026).

9. «Роботы в редакции»: как ИИ меняет российские медиа // НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург: офиц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spb.hse.ru/humart/media/news/1013304290.html> (дата обращения: 19.01.2026).

10. Шафир Т.В. Интеграция искусственного интеллекта в процессы создания медиаконтента / Т.В. Шафир, Д.Е. Токарский // Вопросы медиабизнеса. – 2025. – Т. 4. №2. – С. 71–81. DOI 10.24412/3034-1930-2025-0190. EDN KMBZHS

11. AI utilization in the media and entertainment world // Forbes Tech Council. – 2024 [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2024/05/07/ai-utilization-in-the-media-and-entertainment-world/> (date of application: 11.01.2026).

12. Russell S.J. Artificial Intelligence: A Modern Approach / S.J. Russell, P. Norvig. – Hoboken: Pearson Higher Ed, 2021. – 1167 p.