Камилла Ренатовна Нигматуллина

Санкт-Петербургский государственный университет

[k.nigmatulina@spbu.ru](mailto:k.nigmatulina@spbu.ru)

Ренат Масгудович Касымов

Санкт-Петербургский государственный университет

[renat.kasymov@spbu.ru](mailto:renat.kasymov@spbu.ru)

Кристина Сергеевна Зикий

Санкт-Петербургский государственный университет

[st089854@student.spbu.ru](mailto:st089854@student.spbu.ru)

**Системные вызовы для региональных редакций при внедрении нейросетей в медиапроизводство**

В тезисах представлено исследование опыта внедрения искусственного интеллекта в региональных редакциях. В качестве ключевых проблемных точек авторы называют увеличение разрыва между редакциями, внедрившими технологию в медиапроизводство, и теми, кто еще не завершил трансформацию в социальных медиа, увеличение разрыва в грамотности и осведомленности аудитории, увеличение разрыва между ИИ-грамотными журналистами и консервативными медиаменеджерами, и наоборот, увеличение разрыва в доходах между теми, кто оптимизировал новостное производство и SMM, и теми, кто основывает работу в цифровых медиа на ручном труде.

Ключевые слова: генеративные нейросети, искусственный интеллект, нейросети в медиа, региональная журналистика.

В 2023 г. в СПбГУ начались пилотные исследования внедрения нейросетей на примере Ленинградской области и Краснодарского края. Первым наблюдением авторов стал тот факт, что за описанием редакционных практик стоят более масштабные задачи. Тогда же были сформулированы вопросы о месте изучения нейросетей в социогуманитарных науках в целом. За 1,5 года опыт внедрения искусственного интеллекта в региональных редакциях, зафиксированных в исследовательских интервью, показал, что уже появились ориентиры для будущих системных эффектов для медиаотрасли.

К внедрению нейросетей региональные редакции России подошли в разной степени готовности. Итог цифровой трансформации редакций последних 20 лет содержит как новые точки роста для медиа, так и более комплексные вызовы, чем в эпоху традиционных СМИ.

В качестве теоретической рамки исследования были выбраны несколько подходов: теория диффузии инноваций, философские концепции интерпретации цифрового прогресса (от технократизма до постгуманизма), а также социологические концепции кластеризации российских регионов. Также был проведен метаанализ литературы, чтобы установить возможные паттерны внедрения ИИ в медиа [1; 2; 3]. Так, опыт англоязычных медиа показывает, что редакции проходят четыре стадии: опыт внедрения ИИ в производство контента, затем в аналитику аудитории, после этого в управление контентом и на промежуточном итоговом этапе – формулирование нормативной базы. Это паттерн технологического внедрения.

Если говорить о системном внедрении инноваций, то большинство исследователей пишут о следующих этапах: сначала необходимо сформировать осведомленность специалистов о возможностях ИИ, затем повысить их грамотность в использовании и параллельно улучшить инфраструктуру редакции, затем необходимо перейти к планированию процессов и инвестициям, после чего зафиксировать нормы, алгоритм внедрения, и заложить экономический эффект.

Пилотные интервью в трех регионах (декабрь 2024 г.) показали, что в 2025 г. нет оснований для того, чтобы прогнозировать прорыв в области внедрения ИИ: не обнаружено специальных регламентов, отдельных инвестиций и повсеместного обучения.

Второй этап пилотного исследования (март 2025 г.) показал, что в российских редакциях зафиксировано несколько паттернов внедрения, связанных с разными источниками инициативы технологической трансформации, исходящими либо со стороны медиаменеджмента, либо от сотрудников, а также с разными вариациями сопротивления внутри редакции.

Таким образом, на данном этапе исследования были зафиксированы предпосылки для следующих системных эффектов в медиаотрасли:

– увеличение разрыва между редакциями, внедрившими технологию в медиапроизводство, и теми, кто еще не завершил трансформацию в социальных медиа;

– увеличение разрыва в грамотности и осведомленности аудитории;

– увеличение разрыва между ИИ-грамотными журналистами и консервативными медиаменеджерами;

– увеличение разрыва в доходах между теми, кто оптимизировал новостное производство и SMM, и теми, кто основывает работу в цифровых медиа на ручном труде.

Литература

1. Gutierrez Lopez M., Makri S., MacFarlane A., Porlezza C., Cooper G., Missaoui S. Making newsworthy news: The integral role of creativity and verification // Human Information Behaviour that drives news story creation. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 2022. 73(10). Pp. 1445–1460.

2. Kevin-Alerechi E., Abutu I., Oladunni O., Osanyinro E., Ojumah O., Ogundele R. AI and the Newsroom: Transforming Journalism with Intelligent Systems. Journal of Artificial Intelligence, Machine Learning and Data Science. 2025, 3. Pp. 1629–1633.

3. Sonni A. F., Hafied H., Irwanto I., Latuheru R. Digital Newsroom Transformation: A Systematic Review of the Impact of Artificial Intelligence on Journalistic Practices, News Narratives, and Ethical Challenges. Journalism and Media. 2024, 5. Pp. 1554–1570.