

**КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК  
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ  
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ  
И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ**



# **НАУЧНЫЕ МЕДИА И КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ**

**Сборник материалов  
Всероссийской научно-практической  
конференции с международным участием**

**Казань, 10-12 апреля 2025 г.**



**КАЗАНЬ – 2025**

УДК 332.1  
ББК 65.05  
Н34

**Редакционная коллегия:**

*Ю.В. Андреева* (науч. ред.),  
*Н.А. Аргылов* (отв. ред.), *Р.П. Баканов*, *Р.Р. Газизов* (сост.)

**Рецензенты:**

*В.Д. Таказов*, д-р филол. наук, проф. кафедры массовых коммуникаций  
Российского университета дружбы народов имени П. Лумумбы,  
*Ю.В. Клюев*, д-р полит. наук, проф. кафедры журналистики  
и социальных коммуникаций Херсонского государственного  
педагогического университета

**Н34** **Научные** медиа и креативные индустрии: сборник материалов  
Всероссийской научно-практической конференции с международ-  
ным участием. Казань, 10-12 апреля 2025 г. / науч. ред. Ю.В. Андре-  
ева, отв. ред. Н.А. Аргылов. – Казань: Логос-Пресс, 2025. – 136 с.

ISBN 978-5-00205-086-4

Содержатся материалы исследований, посвященных научным проектам в креативных индустриях, искусственному интеллекту, медиапсихологии, архитектуре гейминга и метамира, стилям экранного искусства в эпоху VUCA-мира, которые были представлены на научной конференции в Казанском федеральном университете 10-12 апреля 2025 г.

Адресовано исследователям и практикам в сфере креативных индустрий, медиакоммуникаций, научной журналистики, а также всем, кто интересуется тенденциями в сфере публичных коммуникаций.

# ЖАНРОВО-ФОРМАТНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ В РОССИЙСКИХ ONLINE-ИЗДАНИЯХ

**Р.П. Баканов**

Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
доцент кафедры национальных и глобальных медиа  
E-mail: rbakanov@yandex.ru

**Аннотация:** с помощью методов жанрового, визуально-смыслового и сравнительно-сопоставительного анализа эмпирической базы (148 публикаций в разных жанрах с преобладанием жанра заметка) автором статьи проанализировано шесть online-изданий Республики Татарстан и восемь аналогичных медиа федерального уровня за период с 01.01.2024 г. по 01.04.2025 г. Было выявлено, что популяризация науки в медиа Республики Татарстан, как правило, не содержит современных мультимедийных форматов, ограничиваясь текстом и фотографиями. В федеральных изданиях нами обнаружены такие форматы как фото-слайдшоу, короткое видео, эпизодически подкасты, несложная инфографика и даже развивающие игры. Сделан вывод о том, что коллективы редакций медиа планируют продолжать научную популяризацию и продвигать ее среди молодежной аудитории, то им необходимо четче продумать и/или отредактировать собственные стратегии научной популяризации с учетом современных реалий.

**Ключевые слова:** наука, СМИ, популяризация науки, научное знание, медиаформат, заметка, аудитория, объективность, наглядность, принципы научной популяризации.

## GENRE AND FORMAT LIMITATIONS OF SCIENCE POPULARIZATION IN THE RUSSIAN ONLINE-MEDIA

**Abstract:** using the methods of genre, visual-semantic and comparative analysis of the empirical base (148 publications in different genres with the predominance of the note genre), the author of this article analyzed six online publications of the Republic of Tatarstan and eight similar media at the federal level for the period from 01.01.2024 to 04.01.2025. It was revealed that the popularization of science in the media of the Republic of Tatarstan, as a rule, it does not contain modern multimedia formats, but is limited to text and

photographs. We have found such formats as photo slideshows, short videos, occasional podcasts, simple infographics and even educational games in federal publications. It is concluded that the media editorial teams plan to continue scientific popularization and promote it among the youth audience, they need to think more clearly and/or edit their own scientific popularization strategies considering modern realities.

**Keywords:** science, mass media, science popularization, scientific knowledge, media format, note, audience, objectivity, visibility, principles of scientific popularization.

В ситуации постоянного увеличения плотности информационного потока от журналистики требуется не только правдивое и объективное представление разной, социально значимой, информации, но и умение объяснить значение, суть событий и явлений, выявлять причинно-следственные связи между событиями. Чрезвычайные информационные перегрузки постепенно приводят к тому, что человек перестает удерживать в памяти даже самые яркие события через ограниченное количество времени. Мы считаем, что в данных условиях актуальным является не столько вопрос качества и/или эффективности популяризации новых научных достижений, сколько закрепление в человеческой памяти сведений о каких-либо важных событиях из области истории, литературы и т.д. Эти знания могут помочь каждому из нас лучше понять настоящее, сохранить культуру, традиции и ценности, а также проецировать будущее.

Проведенный ВЦИОМ в июле 2023 г. опрос выявил, что «среди наших соотечественников наблюдается высокий интерес к информации о науке и технологиях, восемь из десяти (80%) хотя бы изредка читают или смотрят материалы об этом» [1]. Основным источников информации о новостях из мира науки и технологий респонденты назвали Интернет-сайты и ТВ. Результаты другого опроса данной компании того же года говорят о том, что «в 2023 г. интерес к достижениям в науке и технике вырос на 10 процентных пунктов по сравнению с 2021 г. и достиг уровня 2007 г., когда было зафиксировано наибольшее за весь период измерений значение показателя» [2]. При этом каждый второй россиянин считает, что современная мировая наука находится на подъеме: совершаются

серьезные открытия, оказывающие влияние на развитие общества. По мнению опрошенных, главные достижения российской и мировой науки последних десятилетий приходятся на военную сферу, медицину и космос [Там же].

Цифровая коммуникация предлагает популяризаторам науки для осуществления своих творческих задач множество современных медийных форматов. Проведенный нами мониторинг медиа Республики Татарстан (РТ) показал, что в 2024 г. и первом квартале 2025 г. о новостях из области науки журналисты если и пишут, то по форме это, как правило, рерайтные заметки из федеральных СМИ с близкими по смыслу фотографиями. Иногда, в зависимости от инфоповодов (коллегия Академии наук, встречи «первых лиц» региона с учеными, вручение премий, наград и т.д.), в печать идут отчеты об условиях работы и созданных для научных достижений возможностях, обсуждения оплаты труда исследователей, суммах, выделяемых на проведение научных изысканий из целевых бюджетов. Текст плюс несколько фотографий – вот основа таких публикаций. Иногда бывают небольшие видеотрекеры. Современные цифровые форматы отсутствуют.

В федеральных СМИ жанров и форм популяризации научно-го знания несколько больше. Помимо заметок, нами выявлены интервью, информационная и аналитическая корреспонденции, комментарии, обзоры, эпизодически портреты ученых и статьи. Например, так поступают авторы приложения «Независимая газета / Наука», которые, игнорируя современные мультимедийные форматы, стремятся глубже вникнуть в каждую освещаемую тему и выявить суть современных научных открытий или достижений. Подача информации здесь классическая (много текста и мало визуализации) и, на наш взгляд, вряд ли рассчитана на молодежь.

По-иному работает коллектив online-издания «N+1», в основе которого используются такие принципы научной популяризации как доступность и занимательность изложения. Основным жанром является заметка, тексты создаются в сочетании публицистического и разговорного стилей. Из online-форматов есть библиотека подкастов и игровой раздел. В основном игры используются в качестве формата-триггера для привлечения внимания аудитории

к публикациям на определенные темы. На 02.04.2025 г. на сайте издания размещено 64 игры, первая из которых была опубликована 22.05.2023 г.

В информагентстве ТАСС несколько лет подряд применяются форматы спецпроекта и лонгрида для визуализации известных событий отечественной и мировой истории. Данные творческие работы зрелищны, нестандартны по драматургическому наполнению, много внимания уделяют цифрам и осмыслению стоящих за ними явлений и тенденций. Однако такие проекты ресурсозатратны и подразумевают коллективную работу представителей разных сфер деятельности (редакторов, программистов, дизайнеров). Далеко не каждая редакция федерального СМИ в настоящее время может позволить себе держать такой штат и даже найти специалистов под выполнение задач повышения уровня и эффективности научной популяризации.

Таким образом, наше исследование показало, что в настоящее время редакции СМИ РТ и федерального уровня часто используют для популяризации научного знания крайне ограниченное число мультимедийных форматов. Думается, это происходит по нескольким причинам: недостаток квалифицированных кадров и отсутствие финансирования для сотрудничества с ними, конвейерность медиапроизводства, недостаток времени для подготовительной работы над спецпроектами, возможная консервативность целевой аудитории при восприятии информации и т.д. Специфичность и сложность темы также может сказываться на качестве творческой деятельности авторов. Если коллективы редакций планируют в дальнейшем продолжать реализовывать данное направление и продвигать его среди молодежной аудитории, то им необходимо четче продумать и/или отредактировать собственные стратегии научной популяризации с учетом современных реалий.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Общественный интерес к науке и технологиям // ВЦИОМ. 2023. 20 нояб. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/obshchestvennyi->

interes-k-nauke-i-tekhnologijam (дата обращения: 01.04.2025, режим доступа – свободный).

2. Наука и жизнь: мониторинг // ВЦИОМ. 2023. 8 февр. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nauka-i-zhizn-monitoring> (дата обращения: 01.04.2025, режим доступа – свободный).

## **ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ КАЗАНСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ XIX ВЕКА В КАЧЕСТВЕ РОДОНАЧАЛЬНИЦЫ ПРОВИНЦИАЛЬНОЙ ПРЕССЫ В РОССИИ: РАБОЧАЯ КОНЦЕПЦИЯ ГРАНТОВОГО ПРОЕКТА**

**Бик-Булатов А.Ш.**

Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
доцент кафедры национальных и глобальных медиа  
e-mail: Aiaibikbik@mail.ru

**Аннотация:** в тезисах описывается рабочая концепция грантового проекта, нацеленного на популяризацию казанской прессы XIX века, которая учитывает тренды последних лет при проведении грантовых конкурсов по гуманитарным дисциплинам. Инициативная группа проекта готова адаптировать эту рабочую концепцию под требования различных грантодателей, и позиционирует свой проект не только как общественно полезный и важный, но и как обладающий известным потенциалом для победы в конкурсах грантов.

**Ключевые слова:** казанская пресса XIX, краеведение, журналистика, научно-образовательные гранты.

## **POPULARIZATION OF KAZAN JOURNALISM OF THE 19TH CENTURY AS THE ANCESTOR OF THE PROVINCIAL PRESS IN RUSSIA: THE WORKING CONCEPT OF THE GRANT PROJECT**

**Abstract:** the theses describe the working concept of a grant project aimed at popularizing the Kazakh press of the 19th century, which takes into account the trends of recent years in conducting grant competitions in the humanities.

The project's initiative group is ready to adapt this working concept to the requirements of various grant providers, and positions its project not only as socially useful and important, but also as having a well-known potential for winning grant competitions.

**Keywords:** Kazan press of the XIX century, local history, journalism, scientific and educational grants.

Обозревая грантовые конкурсы России последнего времени в гуманитарной и культурной сфере, можно выделить несколько очевидных тенденций. Среди них – нацеленность на просвещение молодёжи, внимание к воспитанию и формированию у них патриотических ценностей, тема любви к родному краю, в т.ч. «малой родины».

Именно эти тенденции открывают большой потенциал для проекта, подготовленного инициативной группой нашей кафедры, который может быть адаптирован под разные грантовые конкурсы, работающие с названными тенденциями.

Краткое описание проекта: Казань – является родоначальницей провинциальной прессы в России. Это положение, окончательно обоснованное и подтверждённое в докторской диссертации А.Ш. Бик-Булатова (2023), получившей высокие оценки в научном обществе, не закреплено ни в каких институциональных формах, не отражено в образовательных программах, не учитывается и не используется в деятельности татарстанских музеев и просветительских центров. Значительная часть казанских газет (русских и татарских) XIX начала XX века остаются не оцифрованы и не введены в научный оборот.

Сочинения ведущих местных журналистов фактически захоронены в старых газетных публикациях и не переиздавались более 100, а то и 200 лет. На решение данных проблем направлен наш проект, посвященный сохранению нематериального культурного наследия. Он также будет воспитывать патриотизм и гордость за Татарстан у представителей молодого поколения нашей Республики, на которых особенно рассчитана лекционная и просветительская часть проекта, так как впервые утвердит роль и значение Казани в организации региональной журналистики в масштабах всей

России, что, конечно, само по себе является поводом для гордости татарстанцев. Тем поводом и позитивным примером, который до этого не был известен и использован в целях патриотического воспитания.

Намечены следующие события и действия, на которые могут испрошены грантовые средства:

1. Создание сайта онлайн-музея, подготовку и дизайн контента по истории казанской журналистики для музея.
2. Издание книг по истории казанской прессы.
3. Подготовку и проведение лекций и других мероприятий (тематических экскурсий, игр-викторин) по истории местной прессы в регионах Татарстана.
4. Оцифровку старых газет.

Всё это позволит: закрепить представление о Казани как родоначальнице провинциальной журналистики России (через организацию в рамках проекта постоянно действующей стационарной институции по изучению истории казанской журналистики при КФУ; через создание сайтов, в т.ч. онлайн-музея; через создание постоянных информационных поводов по теме для СМИ посредством проведения различных мероприятий; через формы просветительской и лекторской работы; через формирование книжного фонда по теме для распространения в библиотеках и научных центрах страны.

Проект нацелен на сохранение культурно-исторической памяти, возвращение в публичное поле многих забытых имён выдающихся деятелей казанского края, организаторов местной прессы, многие из этих имён никак не отражены в городской топонимике (нет ни улиц, ни мемориальных досок и пр.), между тем они вносили выдающийся вклад в развитие нашего края. Проект также нацелен на укрепление института журналистики в республике, формирование ценностных ориентиров, закрепление гуманистических традиций, заложенных местной печатью прошлых столетий и ведущими журналистами Казани и тюрко-татарского мира XIX начала XX века. Проект также способствует патриотическому воспитанию и профессиональной ориентации подростков и молодёжи, выбирающих для будущей карьеры журналистскую профессию, а также

интересующихся краеведением, регионалистикой истории литературы и другими сопутствующими научно-исследовательскими направлениями.

Думается, для Высшей школы журналистики и медиакоммуникации проект сможет стать ещё одним трамплином для расширения своей просветительской, образовательной деятельности, публичного позиционирования в культурных и общественных кругах Казани, а также служить способом обкатки для других грантовых идей и концепций, которые будут возникать в его рамках.

## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ, МЕДИА И ИНКЛЮЗИВНОСТЬ: ДИСКУССИЯ О ТРЕНДАХ<sup>1</sup>

**Ж.Е. Вавилова**

Казанский государственный энергетический университет,  
доцент кафедры философии и медиакоммуникаций  
E-mail: zhannavavilova@mail.ru

**Аннотация:** в статье рассматриваются проблемы использования технологий искусственного интеллекта в медиаиндустрии с точки зрения создания инклюзивного контента. Под инклюзивностью подразумевается концепция вовлечения представителей разных групп населения в общественные процессы, в том числе в медийной сфере. Обсуждаются итоги открытой групповой дискуссии с участием студентов Казанского государственного энергетического университета, проведенной с целью выявления отношения молодежи к вопросам медиаинклюзии и создания инклюзивного контента, в том числе генерируемого с помощью искусственного интеллекта.

---

<sup>1</sup> Работа проведена за счёт гранта Академии наук Республики Татарстан, предоставленного молодым кандидатам наук (постдокторантам) с целью защиты докторской диссертации, выполнения научно-исследовательских работ, а также выполнения трудовых функций в научных и образовательных организациях РТ в рамках Государственной программы РТ «Научно-технологическое развитие Республики Татарстан»; название проекта – «Медиаинклюзия: комплексная оценка локусов современного медиапространства Республики Татарстан».

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, ИИ, медиа, медиаинклюзия, инклюзивность, инклюзивный контент, медиаиндустрия, открытая групповая дискуссия, ОГД.

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE, MEDIA, AND INCLUSION: DISCUSSING TRENDS

**Abstract:** the paper examines problems of using artificial intelligence in the media industry from the viewpoint of creating inclusive content. Inclusivity means the concept of involving representatives of different groups of the population in social processes, e.g. in the media sphere. The results of an open group discussion with the participation of students of Kazan State Power Engineering University are presented in order to reveal the attitude of young people to media inclusion and creating inclusive content, especially that generated with the help of artificial intelligence.

**Keywords:** artificial intelligence, AI, media, media inclusion, inclusiveness, inclusive content, media industry, open group discussion.

Искусственный интеллект (ИИ) – один из новейших инструментов, используемых работниками медийной сферы [1; 2] – используемых настолько эффективно, что корпорации уже начали сокращать целые отделы по коммуникациям, делегируя их обязанности ИИ. Один из самых известных случаев, сигнализирующих о том, что они поторопились с этой инициативой, – увольнение компанией Microsoft около трёх десятков сотрудников RA Media, занимавшихся отбором и редактированием новостных материалов для MSN, медиаресурса Microsoft [3]. История имеет продолжение – через десять дней после этого кадрового хода ИИ, заменивший журналистов компании, сопровождает новостной сюжет неправильной иллюстрацией: участница протеста BLM, одна из солисток британской группы Little Mix Дж. Фёруолл обнаружила, что её комментарий о расизме опубликован под фотографией другой участницы группы [4]. Далее ИИ решает, что истории об инциденте будут интересны читателям MSN, и оставшимся сотрудникам редакции приходится вручную удалять материалы с критикой ресурса и обвинениями в расизме. Можно ли с такими мерками подходить к ИИ в вопросах контроля медиапроцессов – тогда ещё никто

не знал, как, возможно, и сейчас. Компания идёт дальше и через четыре года после инцидента распускает отдел, ответственный за разнообразие, равенство и инклюзивность, в принципе отказавшись от воук-политики [5].

Подобные кейсы позволяют нам улавливать тренды, формирующие современный глобальный медиаландшафт и оказывающие влияние на отечественную медиаиндустрию; они же вызывают интерес междисциплинарного научного сообщества, нацеленного на всестороннюю оценку взаимодействия человека и созданной им технологии в разных областях общественной жизнедеятельности. Сегодня очевидно, что особенности функционирования ИИ, в частности «алгоритмическое неравенство», обусловлены контекстом его обучения и существующим социальным неравенством [6, С. 103]; но в нём же исследователям видится позитивный потенциал, в том числе для развития медиаиндустрии [7, С. 161-162]. Примеры его реализации мы видим сегодня в проектах, где ИИ занят отслеживанием нарушений принципов инклюзии в СМИ [8].

Для изучения отношения будущих специалистов по коммуникациям к использованию ИИ для генерации инклюзивного контента был применён метод открытой групповой дискуссии (ОГД) с участием студентов третьего курса очного отделения рекламы и связей с общественностью Казанского государственного энергетического университета. Группа из 37 человек, включая фасилитатора, в течение двух академических часов работала в режиме ОГД в марте 2025 года по методическим рекомендациям Центра Грани [9]. В результате работы был сформирован ряд выводов, характеризующих отношение профессиональной молодёжи к вопросу.

Во-первых, все участники ОГД выразили желание использовать ИИ для производства контента, даже если в результате будут нарушены принципы инклюзивности или стандарты профессиональной этики. Чаще всего это оправдывалось тем, что «все так делают, отказ от ИИ – крах карьеры»; «можно поручать ИИ черновую работу, а затем править, ориентируясь на этические нормы»; «ИИ совершенствуется, скоро это перестанет быть проблемой». Большинство согласилось с необходимостью пометать контент, сгенерированный при участии ИИ, предложив использовать шка-

лу опций – от «произведено ИИ» до «произведено человеком» с градациями («отредактировано», «проверено» и т.д.), чтобы было ясно, кто несет ответственность за материал. Не все понимают и принимают концепцию медиаинклюзии как вовлечения разнообразных групп населения в медиапроизводство и потребление [10]. Например, несколько человек высказались против внедрения образов людей разных цветов кожи, представителей религиозных сообществ, мигрантов в контент своих любимых каналов, а также против их участия в производстве такого контента: «мне было бы неинтересно»; «у них свои каналы, у нас – свои»; «эта фальшивая практика отпугнёт лояльную аудиторию». Большинство отнеслись к идее медиаинклюзии нейтрально, с позиции толерантности. В дальнейшем на основе выводов, сделанных в ходе ОГД, предполагается разработать принципы «бережной коммуникации» с использованием ИИ для генерации инклюзивного контента.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *González-Arias C., Chatzikoumi E., García X.* The anthropomorphic pursuit of AI-generated journalistic texts: limits to expressing subjectivity // *Frontiers in Communication*. 2014. № 9. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2014.1456509>

2. *de-Lima-Santos M.-F., Ceron W.* Artificial intelligence in news media: Current perceptions and future outlook // *Journalism and Media*. 2022. № 3(1). Pp. 13-26. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>

3. *Waterson J.* Microsoft sacks journalists to replace them with robots. 30 May, 2020. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://www.theguardian.com/technology/2020/may/30/microsoft-sacks-journalists-to-replace-them-with-robots> (режим доступа – свободный).

4. *Waterson J.* Microsoft's robot editor confuses mixed-race Little Mix singers. 9 June, 2020. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://www.theguardian.com/technology/2020/jun/09/microsofts-robot-journalist-confused-by-mixed-race-little-mix-singers> (режим доступа – свободный).

5. *Zilber A.* Microsoft reportedly fires DEI team – becoming latest company to ditch ‘woke’ policy. 17 July, 2024. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://nypost.com/2024/07/17/business/microsoft-fires-dei-team-becoming-latest-company-to-ditch-woke-policy-report/> (режим доступа – свободный).

6. *Stojanovic L., Radojic V., Jovanovic F., Savic S., Mletan H.* Understanding and mitigating algorithmic bias in contemporary applications // *International Journal of Engineering Inventions*. 2024. № 13. Pp. 103-106.

7. *Вартанова Е.Л., Андреев Д.А., Денисова Г.В., Смирнова О.В., Гладкова А.А.* Конфликт и медиа: взаимодействие и взаимовлияние в контексте сохранения исторической памяти // *Вестник Московского университета. Серия 8. История*. 2024. №3. С. 156-170.

8. *Singh K.* Using AI to study 12 years of representation in TV. 18 Nov, 2022. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://blog.google/technology/ai/using-ai-to-study-12-years-of-representation-in-tv/> (режим доступа – свободный).

9. Фасилитация открытой дискуссии // ГРАНИ. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://grany-center.org/uploads/files/fasilitaciya-otkrytoy-diskussii.pdf> (режим доступа – свободный).

10. *Вавилова Ж.Е.* Медиаинклюзия: алгоритм создания модели инклюзивной цифровой платформы // *Человек в измерении рекламы и PR: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции, Казань, 20 марта 2024 года*. Казань: КГЭУ, 2024. С. 4-9.

## **ЦИФРОВЫЕ ДВОЙНИКИ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ: ОТ ВИРТУАЛЬНЫХ МУЗЕЕВ ДО ФЭШН-ДИЗАЙНА**

**Л.А. Гончаренко**

Казанский государственный энергетический университет, студент

E-mail: [goncharenko.lea@yandex.ru](mailto:goncharenko.lea@yandex.ru)

**Аннотация:** цифровые двойники становятся ключевым инструментом в креативных индустриях, трансформируя процессы создания и потребления контента. В статье исследуется применение цифровых двой-

ников в виртуальных музеях, фэшн-дизайне и других творческих сферах, анализируются их преимущества и вызовы, включая вопросы авторского права и взаимодействия с аудиторией. Особое внимание уделяется кейсам внедрения и перспективам развития технологии в условиях цифровой трансформации.

**Ключевые слова:** цифровые двойники, креативные индустрии, виртуальные музеи, фэшн-дизайн, цифровая трансформация, иммерсивные технологии, 3D-моделирование, искусственный интеллект, авторское право, интерактивный контент.

## DIGITAL TWINS IN CREATIVE INDUSTRIES: FROM VIRTUAL MUSEUMS TO FASHION DESIGN

**Abstract:** digital doubles are becoming a key tool in creative industries, transforming the processes of content creation and consumption. The article explores the application of digital doubles in virtual museums, fashion design and other creative spheres, analyzing their advantages and challenges, including copyright issues and audience interaction. Special attention is paid to the cases of implementation and prospects of technology development in the conditions of digital transformation.

**Keywords:** digital twins, creative industries, virtual museums, fashion design, digital transformation, immersive technologies, 3D modeling, artificial intelligence, copyright, interactive content.

Цифровой двойник (или виртуальный двойник) – это идеальная трехмерная цифровая копия продукта, завода и его различных машин, или даже объекта или города, в тех же условиях, что и в реальности, объясняет французская компания Dassault Systèmes, которая занимается разработкой виртуальных двойников уже 40 лет. «Задача состоит в том, чтобы создавать цифровые инструменты, которые оказывают положительное влияние. Каждый раз идея одна и та же: создать виртуального двойника, чтобы лучше понять и улучшить реальность».

Заявления Марка Цукерберга на презентации его Meta Universe [организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации; признана экстремистской и запрещённой на территории РФ] в октябре 2021 года оказалось достаточно,

чтобы гиганты индустрии роскоши заинтересовались и вложили средства в эту тесно связанную с ними технологию. В Meta Universe Balenciaga играет роль исследователя. Мы уже видели, как Gucci и другие бренды продавали цифровые двойники своих сумок, а в конце марта Decentraland провел первую цифровую «неделю моды». В мире игр, League of Legends, Roblox и Fortnite, миллионы геймеров, в основном представители поколения Z, теперь могут одевать своих аватаров в одежду от Moncler, Ralph Lauren или Marc Jacobs.

Однако польза от цифрового двойника для индустрии моды заключается прежде всего в его косвенном влиянии на окружающую среду, как объясняет Риана Раламбоманана, руководитель отдела инноваций компании Quinten, одного из лидеров в области искусственного интеллекта в Европе. «Моделируя производственную цепочку, можно точно оценить необходимые ресурсы и сократить ненужные отходы. С цифровым двойником нет необходимости создавать реальные физические прототипы». Наконец, с точки зрения маркетинга, можно оценить интерес клиентов к нескольким вариантам одной и той же одежды или аксессуаров, не подозревая об этом, например, путем создания интерактивных виртуальных шоу-румов. «Вам больше не придется тратить время на поиски свитера, который лучше всего подходит к вашей юбке или рубашке, – эта дилемма легко решается в 3D». С цифровыми товарами ритейлер предложит информацию и изображения в несколько кликов, позволяя вам представить, как вы будете выглядеть в своем следующем образе». По данным журнала Vogue, такие бренды, как Valentino, Ferragamo и Versace, уже начали использовать цифровой подход.

Музеи и исторические места также взяли на вооружение эту концепцию, чтобы привлечь посетителей, которым нравится виртуальная реальность, но не только. Архитектурный центр Cité de l'Architecture с 2021 года предлагает посетить пещеру Ласко или ее двойника. Под руководством гида посетители увидят памятник и шедевры предков в небольших группах: лошадей, оленей и нарисованных козлов, как будто они действительно находятся под землей. Но есть одна загвоздка: чтобы соответствовать строгому определению

нию цифрового двойника, эта виртуальная копия должна развиваться с той же скоростью, что и настоящая пещера.

Сохранение наследия также находится под угрозой: на основе серии исследований, проведенных до пожара в Нотр-Дам де Пари, в частности с использованием дронов, ровно через год после пожара был создан «виртуальный Нотр-Дам» для сопровождения его реконструкции. Музей естественной истории в Лондоне, один из первых музеев, представивших своего цифрового двойника, использует его во всем музее в качестве приборной панели для отслеживания работы и планирования будущих инвестиций. Для других цифровой двойник – это возможность творческого самовыражения. Доказательством тому служит музыкальная индустрия: американская исполнительница Холли Херндон в своем последнем альбоме использует цифровой двойник своего голоса под названием Holly+ наряду с микрофоном. Эксперимент продолжается в Интернете (на сайте Holly.plus), где интернет-пользователи могут развлекаться, позволяя двойнику петь любую музыку по своему выбору. Музыкант пообещала, что вскоре будет создан 3D-двойник, воплощающий ее личность. Остальное легко представить.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Черненкова Е.Д., Сысоева О.Ю. Артизан как современная эстетическая концепция современного искусства и фэшн-дизайна. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49340618>.

2. Родионова М.Н. Сетевая культура в художественной репрезентации современного кинематографа : дис.... канд. культ.: 24.00.01. Иваново, 2021. 220 с. URL: [https://dissertatsia.ru/uploads/ready-work-files/6748845942a11\\_8fdfaa7e3f89b810233034a4834ac68c.pdf](https://dissertatsia.ru/uploads/ready-work-files/6748845942a11_8fdfaa7e3f89b810233034a4834ac68c.pdf).

3. Будагян Р.Р. Тенденции применения цифровых технологий в пространстве современного музея // Сфера культуры. 2021. №. 1 (3). С. 61-68. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-primeneniya-tsifrovyyh-tehnologiy-v-prostranstve-sovremennogo-muzeya>.

# НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЕ КИНО В СОВРЕМЕННОМ КОНТЕКСТЕ: ВИДОВЫЕ И ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Ю.И. Киселева

Кинорежиссер, продюсер

E-mail: docfilm@list.ru

**Аннотация:** в статье говорится о тенденции размытия границ документального и научного видов кинематографа. Также отмечается увеличение количества художественных приемов в современном научно-популярном кино в последние два года. Автор связывает это с двумя тенденциями: с необходимостью конкурировать за зрительское внимание, а значит производить жанровое кино, и с изменением функции научно-популярных фильмов, стремящихся сегодня не только популяризировать науку, но и уделяющих внимание киноязыку и эстетике изображения.

**Ключевые слова:** научное кино, научно-популярное кино, документальное кино, жанры кино, постдок.

## POPULAR SCIENCE SINEMA IN THE MODERN CONTEXT: TYPE AND GENRE FEATURE

**Abstract:** the article talks about the tendency of blurring the boundaries of documentary and science cinema. There has also been an increase in the number of artistic techniques in modern popular science cinema in the last two years. The author attributes this to two trends: the need to compete for audience attention and producing genre films, and the changing function of popular science films, which today seek not only to popularize science, but also to pay attention to the visual language and aesthetics of the image.

**Key words:** science cinema, popular science cinema, documentary, genres of cinema, postdoc.

Научно-популярное кино – подвид научного [1, С. 289], являющегося одним из четырех видов киноискусства наравне с документальным, игровым и анимационным. Исследователи отмечают размытие границ между видами кинематографа, в том числе между научным и документальным, а также разного рода документациями. К примеру, М.А. Мясникова и А.В. Трухина говорят о слож-

ности различения визуальной антропологии и экранной документалистики из-за схожести принципа отображения реальности [2, С. 164]. Нужно отметить, что это явление не новое: исследователь М. Сливка еще в 1970 году обращал внимание на то, что термины «документальный способ кино съемки» и «документальный фильм» часто используют как синонимы [3, С. 427-433]. Теоретик научного кино И.А. Васильков писал, что некоторые исследователи относят научно-популярное кино к разновидности документального из-за преобладания в нем документального метода съемки [4, С. 56]. В советское время на экраны выходили и игровые научные фильмы (к примеру, фильмы С. Райтбурта). Сегодня же методы документалистики – прямой репортаж, интервью, наблюдение – являются преобладающими в научно-популярных картинах. Вероятно, из-за этого в XXI веке научное кино стали называть жанром документального [5, С. 101], что в корне неверно. Такое позиционирование к тому же приводит к ограничению художественных средств, указывая на то, что снимать научное кино можно только методом документалистики. В действительности же научное кино может быть реализовано с помощью разных режиссерских методов, в том числе постановочных.

Благодаря запросу государства на популяризацию науки, в последние пять лет появилось много лабораторий научного кино в рамках кинофестивалей («Мир знаний», «Кремний», «Кинопроба», «ФАНК») и самостоятельных («Лаборатория научного кино 2.0»), где режиссеры ищут способы создания современного научно-популярного кино. Мы бы выделили два фактора, которые приводят к необходимости разведения современного и советского научного кино: 1) Изменение соотношения функций. Основную функцию научного кино – информационно-просветительскую – во многом взяли на себя сегодня интернет-медиа, в результате чего возрастает ценность эстетической и коммуникационной функций кино. 2) Цифровизация и доступность большого количества контента. Режиссерам приходится бороться за зрителя и искать способы создания зрительских фильмов. В результате в последние два года мы наблюдаем, что в научном кино, хотя и, как прежде, преобладают документальные методы съемки, появляются новые жанровые от-

тенки, более активно используются художественные и постановочные приемы, метод «постдок» [6, С. 85-95]. В качестве примера можно привести вышедший в 2025 году короткометражный научно-популярный фильм Александры Шишовой «Ключ к нефти», где научное содержание дополняется ярким образным решением: к примеру, процесс исследования учеными пород, где залегает нефть, сравнивается с процессом реставрации скульптур – образец породы нужно сохранять так же, как дорогую скульптуру. Явно постановочный эпизод с разрушением скульптур подан драматично, что подчеркивается звуком, светом и ракурсами.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Кино: Энциклопедический словарь / Гл. редактор С. И. Юткевич.; Редкол.: Ю. С. Афанасьев, В. Е. Баскаков, И. В. Вайсфельд и др. // М.: Сов. энциклопедия, 1986 г. 640 с.

2. Мясникова М.А., Трухина А.В. Портретирование человека и социума методами экранной документалистики и визуальной антропологии // Человек в мире медиа: пространственно-временные и социографические характеристики: монография / под. ред. М.А. Мясниковой // Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2024. 186 с.

3. Сливка М. Научно-популярное кино сегодня // Кино и наука. Научно-популярный фильм. Сборник. Выпуск 3. М.: Искусство, 1970 г. С. 427-433

4. Васильков И. А. Искусство кинопопуляризации. Очерки теории научно-популярного кино. М.: Искусство, 1982. 350 с.

5. Шергова К. А. Становление жанров документального телекино (1960-е – начало 2000-х гг.). Монография. Академия медиаиндустрии, 2016 г., 127 с.

6. Киселева Ю. И. Документальные и художественные методы в современном научном кино. Постдок // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 2 (52). С. 85–95.

# РОЛЬ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ДАННЫХ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ПРОЕКТАХ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ВОСПРИЯТИЯ И ВЛИЯНИЕ НА ДОВЕРИЕ К ИНФОРМАЦИИ

**М.И. Куликова**

Казанский государственный энергетический университет, студент

E-mail: milena95kulikova@gmail.com

*Научный руководитель:* Э.Р. Фахрудинова,

Казанский государственный энергетический университет

**Аннотация:** в данной статье рассматривается влияние визуализации данных в научно-популярных проектах, а также психологические механизмы, которые определяют восприятие визуального контента. Анализируется, как они улучшают понимание, запоминание и способствуют формированию доверия к предоставленной информации. Кроме того, исследуются эмоциональные аспекты восприятия визуализации и их влияние на отношение аудитории к источнику данных.

**Ключевые слова:** визуализация, психологические механизмы, влияние, доверие к информации, восприятие, аудитория.

## THE ROLE OF DATA VISUALIZATION IN SCIENTIFIC RESEARCH POPULAR PROJECTS: PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF PERCEPTION AND INFLUENCE ON THE CREDIBILITY OF INFORMATION

**Abstract:** This article examines the importance of data visualization in popular science projects, as well as the psychological mechanisms that determine the perception of visual content. It analyzes how they improve understanding, memorization, and contribute to the formation of trust in the information presented. In addition, the emotional aspects of visualization perception and their impact on the audience's attitude to the data source are explored.

**Keywords:** visualization, psychological mechanisms, influence, trust in information, perception, audience.

В современном мире информация окружает нас везде, и один из способов ее передачи – визуализация данных. В условиях пе-

реполненности информационного пространства, когда аудитория сталкивается с огромным количеством фактов и статистики, визуальные элементы становятся необходимым инструментом для передачи сложных концепций простым и понятным языком. Большинство людей воспринимает наглядные данные быстрее и легче, чем текстовые, что связано с особенностями обработки информации человеческим мозгом.

Психологические механизмы восприятия зрительной информации базируются на принципах, которые объясняют, как мы интерпретируем визуальные стимулы. Люди склонны обрабатывать зрительные данные параллельно, что позволяет им быстро осваивать информацию. Это наблюдение подтверждается исследованиями, которые показывают, что графики и диаграммы значительно облегчают понимание сложных сведений по сравнению с текстовыми описаниями. Визуализация способствует формированию ментальных образов, которые укрепляют запоминание информации. Когда данные представлены наглядно, аудитории легче увидеть взаимосвязи и закономерности, что является важным аспектом их анализа и усвоения. Кроме того, качество визуализации напрямую влияет на восприятие достоверности сведений [1]. Психологические исследования показывают, что наглядные представления, которые вызывают положительные эмоции, способствуют формированию доверия к источнику информации.

Качественная графика не только улучшает восприятие, но и формирует положительное отношение к контенту. Эмоциональная вовлеченность способствует закреплению информации в памяти, что особенно важно в научно-популярных проектах, направленных на привлечение широкого круга зрителей и пользователей. Например, использование красочных инфографик и интерактивных элементов может существенно повысить интерес и восприимчивость аудитории [2].

Практическое применение визуализации данных в научно-популярных проектах проявляется через различные форматы и подходы. Визуализация помогает привлечь внимание к важным социальным и экологическим вопросам, таким как изменение климата, здоровье населения или новые технологии [3]. Примеры удачных

проектов в этой области показывают, как визуальные элементы могут превратить сложные статистические данные в доступный и наглядный контент. Например, графики, показывающие динамику изменения температуры или распространения заболеваний, делают информацию понятной даже для неподготовленной аудитории [4].

В образовательном контексте визуализация данных становится важным инструментом, который помогает укоренить знания в области науки, технологии, инженерии и математики. Инфографика и другие методы часто используются в учебных материалах для демонстрации сложных понятий, облегчая их восприятие и понимание. Исследования показывают, что учащиеся, которые взаимодействуют с мультисенсорными материалами, включая визуальный контент, показывают лучшие результаты в тестах на понимание и усвоение информации [5].

Таким образом, визуализация данных играет ключевую роль в повышении эффективности научно-популярных проектов, облегчая понимание сложной информации и усиливая ее запоминание за счет активации когнитивных механизмов обработки. Эффективность напрямую связана с дизайном и соответствием способностям аудитории. Однако, неудачно подобранная визуализация может снизить доверие к информации, вызывая когнитивное искажение и недопонимание. Поэтому для успешной коммуникации необходимо уделять особое внимание качеству визуализации, учитывая потребности и особенности целевой аудитории.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Азевич А.И.* Сервисы визуализации данных: приемы и решения// Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: «Информатика и информатизация образования». 2019. № 1. С. 13-19.
2. *Глизбург В.И., Зыкова И.Ф.* Визуализация как средство формирования метапредметных знаний// Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: «Педагогика и психология». 2016. № 3. С. 65-73.

3. Суворов В.В., Фахрудинова Э.Р. Тема здоровья в социальной рекламе: основные акценты в доковидный период и в период пандемии // Человек в измерении рекламы и PR. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Казань, 2023. С. 43-47.

4. Дербак Н.В. Методические рекомендации по визуализации учебной информации // Информатика в школе. 2019. № 10. С. 31-35.

5. Бидайбеков Е.Ы., Бекежанова А.А. Возможности использования инфографики в учебном процессе // Информатика в школе. 2019. № 6. С. 62-64.

### ТРИ ПРОБЛЕМЫ УЧЁНОГО – ПОПУЛЯРИЗАТОРА НАУКИ

**В.А. Лебедев**

Ботанический сад, Уральское отделение РАН, с.н.с.

E-mail: lebedev.uro.ran@gmail.com

**Аннотация:** в статье описаны несколько неочевидных проблем психологического плана, создающих сложности для учёного-популяризатора науки. Это: а) восприятие науки как «вечно незавершенного процесса», б) переоценка базовых знаний аудитории в своей научной области, в) тот факт, что людей очень сложно убедить в том, что их знания неверны и требуют обновления. Отмечено, что современное медиа-пространство Интернета помогает учёным-популяризаторам науки преодолеть эти проблемы через обратную связь с аудиторией.

**Ключевые слова:** популяризация науки, проблемы популяризации науки, современное медиа-пространство, интернет, проблемы профессиональной деформации.

### THREE DIFFICULTIES OF THE SCIENTIST – POPULARIZER OF SCIENCE

**Abstract:** the article describes several non-obvious psychological problems that create difficulties for a scientist who popularizes science. This is: a) the perception of science as an “eternally unfinished process”, b) the reassessment

of the audience's basic knowledge in their scientific field, and c) the fact that it is very difficult to convince people that their knowledge is incorrect and needs to be updated. It is noted that the modern Internet media space helps scientists and popularizers of science overcome these problems through feedback from the audience.

**Keywords:** popularization of science, problems of popularization of science, modern media space, Internet, problems of professional deformation.

Есть несколько неочевидных проблем, почему непросто быть популяризатором, почему на это способен редкий учёный (если он занимается популяризацией сам), а также почему журналистам часто сложно получить у учёных «лёгкие для медиа-обработки» комментарии. И значительная часть этих проблем проистекает из достаточно неявных причин психологического и мировоззренческого плана.

*Первая проблема популяризатора*, особенно в случае учёных из фундаментальной области науки – разница в мировосприятии «усредненного потребителя контента» и учёного. Потребителю нужна конкретика и определённость, а для ученого «с переднего края науки» нормой являются неопределённость и позиции «это ещё недоисследовано», «в этом мы пока не уверены», «это можно описывать только во всём множестве аспектов». Популяризатор же должен сделать рассказ, несущий научное знание, цельным и непротиворечивым (но при этом правдивым!), не только в должной мере упростив информацию, но и аккуратно смещая акцент с «недоисследованности» обсуждаемой проблемы на уже имеющиеся результаты.

*Вторая проблема популяризатора* – умение разговаривать на понятном для широкой аудитории языке. Причем ключевое затруднение не в том, чтобы доступно расшифровать людям научные термины (хотя и это бывает непросто), а в том, что многие учёные, рассказывая о своей работе, автоматически считают базовые знания в этой сфере самоочевидными (стандартный случай профессиональной деформации). Соответственно, популяризатор должен в своем материале очень ненавязчиво напомнить читателю базовые моменты обсуждаемого научного вопроса, причем в такой форме,

чтобы с одной стороны – материал стал понятен даже той части аудитории, которая практически не ориентируется в этой теме, а с другой стороны – более погруженным в тему это не казалось неуважением и подачей «для слабоумных».

*Третья проблема популяризатора* – в том, что человек склонен считать уже накопленные знания верными (что объясняется и нейробиологическими причинами, и психологическими – например, широко описано такое когнитивное искажение, как «предвзятость подтверждения» [1, С.53]). Просветителю, привносящему новое знание – нужна выдающаяся дипломатичность, чтобы дать понять людям, что их знания неверны или устарели: причем сделать это так, чтобы никого не оттолкнуть!

До недавнего (по историческим меркам) времени лишь небольшая часть учёных могла поучаствовать в просветительских мероприятиях – через издания, телевизор или публичные лекции, к тому же была достаточно проблемной «обратная связь» с аудиторией. Однако эпоха Интернета открывает новые возможности для просветительства: любой учёный из тех, кто хочет рассказать о своей работе, может найти аудиторию – вступить в соцсетях в тематическую группу или создать свой блог; может поучиться методике изложения у более успешных коллег; стало легко получить обратную связь – комментаторы помогут понять, какая форма подачи предпочтительна публике и в чем «слабые места» данного популяризатора. Благодаря данной практике, любой учёный может самостоятельно научиться решать «три проблемы просветителя», что резко расширяет количество популяризаторов, вышедших из научной среды, и повышает возможности взаимодействия сообщества учёных с обществом в целом.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Леонтьев Г.Д., Леонтьева Л.С.* Свобода выбора и сетевые «эхо-эффекты» информационного потребления // Социодинамика. 2024. № 1. С. 53–63.

# КЛИНИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ФОРМИРОВАНИИ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ МОДЕЛИ ОБУЧЕНИЯ В СПБГУ

**Р.П. Лисеев**

Санкт-Петербургский государственный университет, доцент  
E-mail: romalis@mail.ru

**Г.С. Мельник**

Санкт-Петербургский государственный университет, профессор  
E-mail: melnik.gs@gmail.com

**Аннотация:** представлен опыт Санкт-Петербургского государственного университета, реализующего практико-ориентированные модели обучения на базе вузовских клиник. В частности, представлены проекты Центра креативных технологий, в функции которого входит формирование информационно-коммуникативных компетенций у студентов, помощь в приобретении профессиональных навыков, обеспечивающих молодым специалистам высокую конкурентоспособность на рынке труда.

**Ключевые слова:** СПбГУ, модели обучения, проектная деятельность, клиники, Центры технологий.

## A CLINICAL APPROACH TO THE FORMATION OF A PRACTICE-ORIENTED LEARNING MODEL AT ST. PETERSBURG STATE UNIVERSITY

**Abstract:** the report presents the experience of St. Petersburg State University, which implements practice-oriented learning models based on university clinics. In particular, the projects of the Center for Creative Technologies are presented, whose functions include the formation of information and communication competencies among students, assistance in acquiring professional skills that ensure high competitiveness in the labor market for young professionals.

**Keywords:** St. Petersburg State University, learning models, project activities, clinics, Technology centers.

Проектная деятельность является разновидностью профессионально-педагогической активности и способом личностного роста и профессиональной подготовки студентов Педагог, ментор, или руководитель проекта, управляет процессом, организует, мотивирует, исследует проектные объекты и ставит задачи. Организуется общая площадка, где студенты, преподаватели и представители организаций ищут эффективные пути решения проблем [2, 4].

В Санкт-Петербургском государственном университете проектный подход (клинический) получил начало в 1996 г. Сегодня в СПбГУ действует 22 клиники во всех учебных подразделениях и Институтах. Заказчиками проектов являются партнеры вуза, администрация Санкт-Петербурга, городские предприятия и бизнес-структуры, организации, оказывающие социальную поддержку населению. Работа над проектами в условиях клиник является трамплином в успешную карьеру и условием быстрого трудоустройства. На Стратегической сессии для руководителей клиник СПбГУ, посвященных истории, перспективам развития университетской науки, подчеркивалось, что работа в рамках клиник не волонтерская деятельность, бесплатная, безвозмездная, а качественная и высокопрофессиональная работа по заказам партнеров вуза, нацеленная на конкретный результат Клиники готовят экспертные заключения и аналитические отчеты для организаций, оказывают организационное, методическое и информационное сопровождение мероприятий. Специфика клинического подхода в развитии гражданственности, служении обществу и обогащении социального поля [2].

Одной из успешной структур, недавно открывшейся в СПбГУ, является Центр креативных технологий в международных отношениях. Центр является площадкой для реализации креативных стартапов и развития цифровой образовательной среды, оказывает консалтинговые услуги в информационно-коммуникационной сфере, исследовательских проектов, в различных отраслях креативной экономики зарубежных стран. Междисциплинарное взаимодействие направлено на развитие навыков творческого мышления, реализацию международных проектов в области креативных

индустрий. Открытие стало важным шагом на пути к подготовке высококвалифицированных специалистов в сфере современных цифровых технологий, способных успешно решать сложные задачи и работать в условиях постоянно меняющегося мира. Отснятые видеоматериалы ложатся в основу летописи вуза и телепередачи корпоративного университетского канала «Мост СПбГУ».

Важной работой клиник является информационное сопровождение крупных международных событий, таких как «Конгресс исследователей международных отношений». Все отснятые фото- и видеоматериалы с секций, мастер-классов, круглых столов, интервью с участниками мероприятия – иностранными послами, государственными деятелями РФ, учёными размещаются в группе ВК. Несмотря на нишевость контента, нацеленного на научное сообщество в сфере международных отношений, каждое видео просматривало более 2000 посетителей. Студенты из 17 съёмочных групп выполняли функции операторов, корреспондентов, звукорежиссеров и монтажеров. В условиях клиники идет отработка синтеза разных учебных дисциплин для создания медиапродукта.

На созданном студентами сайте осуществляются такие проекты, как создание путеводителя в мир визуальной культуры стран Восточной и Южной Азии для людей с разными интересами. Цель – содействовать межкультурному диалогу и взаимопониманию.

В Центре реализуется просветительский проект, адресованный студентам-международникам, политологам и дипломатам, где в популярной форме рассматриваются «канонические» парадигмы теории международных отношений. Их изучение позволяет сформировать целостное представление о механизмах функционирования международной системы и принципах взаимодействия государств» ([creative.spbu.ru](http://creative.spbu.ru)). Клинический подход к организации учебной практики доказал не только эффективность модели образования, но сократил разрыв между теорией и практикой, позволил работать с реальными заказчиками и практически реализовывать креативные идеи.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Клинический подход в обучении в СПбГУ // <https://sovetszfo.spbu.ru/wp-content/uploads/2024/05/9.-spbgu-kr.pdf?ysclid=m8vz8qkyau970223503> [эл. ресурс] Режим доступа свободный.

2. Коваленко Ю. А., Никитина Л. Л. Проектная деятельность студентов в образовательном процессе вузов // Вестник Казанского технол. ун-та, 2012. С. 229-231.

3. Методология и модели клинического подхода в обучении студентов: опыт Санкт-Петербургского университета / под науч. ред. Н. М. Кропачева, М. Ю. Лавриковой, М. М. Русаковой, Я. Д. Санадзе. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2023. 378 с.

4. Нагорный Д. О., Щербаков С. М. Проектная деятельность в вузе: особенности, проблемы, технологии управления // Информатизация в цифровой экономике. 2021. Т. 2, № 4. С. 167-180.

## ПРОБЛЕМЫ ДОСТОВЕРНОСТИ КОНТЕНТА, СОЗДАННОГО НЕЙРОСЕТЕВЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

**А.А. Майорова**

Казанский государственный энергетический  
университет, студент

E-mail: arina.mayorova.28@gmail.com

*Научный руководитель:* Э.Р. Фахрудинова,

Казанский государственный энергетический университет

**Аннотация:** статья посвящена исследованию ключевых рисков, которые связаны с распространением контента, созданного нейросетевыми технологиями. Анализируются такие проблемы, как генерация неверной информации, системные ошибки алгоритмов и вопросы интеллектуальной собственности, рассматриваются особенности российской электронной среды и совокупность мер по минимизации угроз, в том числе технологические возможности и правовое регулирование.

**Ключевые слова:** достоверность информации, нейросетевые технологии, фейковый контент, цифровая этика, искусственный интеллект,

медиапространство, алгоритмические предубеждения, авторское право, цифровая грамотность, регулирование ИИ.

## THE PROBLEMS OF RELIABILITY OF CONTENT CREATED BY NEURAL NETWORKS

**Abstract:** the article is devoted to the study of the key risks associated with the distribution of content created by neural network technologies. The problems such as the generation of incorrect information, system errors of algorithms and intellectual property issues are analyzed, the features of the Russian electronic environment and a set of measures to minimize threats, including technological capabilities and legal regulation, are considered.

**Keywords:** information reliability, neural networks, fake content, digital ethics, artificial intelligence, media space, algorithmic biases, copyright, digital literacy, AI regulation.

Стремительное совершенствование нейросетевых алгоритмов породило беспрецедентные вызовы в сфере верификации цифровой информации. Искусственный интеллект сегодня способен создавать тексты, изображения и видео, которые практически невозможно отличить от контента, произведенного человеком, что кардинально меняет традиционные представления о достоверности информации в современном цифровом мире [1].

В российских реалиях этот вопрос стоит особенно остро. Как отмечает В.П. Смирнов, «проникновение ИИ-генерации контента происходит стремительными темпами, создавая новые угрозы информационной безопасности» [2, С. 45]. Особую тревогу вызывает тот факт, что, по данным исследования МГУ (2024), около 42% россиян сталкивались с фейковым контентом, созданным при помощи ИИ, причем 68% из них не смогли сразу распознать его искусственное происхождение [2, С. 15]. Этот тренд особенно опасен в контексте электоральных процессов и социальной стабильности. Это несет значительные угрозы для политической сферы, устойчивости общества и формирования общественного мнения.

Отдельного внимания заслуживает лингвистическая составляющая данной проблемы. М.К. Иванова в своем исследовании доказывает, что «нейросети, обученные преимущественно на англоязычных корпусах, демонстрируют систематические ошибки при обработке русскоязычных текстов» [3, С. 8]. Это приводит к искажению культурного контекста, исторических фактов и национальных особенностей, что особенно опасно в условиях цифровой трансформации общества.

Российское законодательство активно реагирует на эти вызовы. Принятый в 2024 году Федеральный закон «О цифровых технологиях» вводит обязательную маркировку контента, созданного с использованием ИИ [4, С. 4]. Однако, как показывают данные мониторингов, эффективность правоприменения пока остается недостаточной. По словам А.Н. Петрова, «российская модель регулирования ИИ должна учитывать как глобальные тренды, так и национальные особенности» [5, С. 22], что требует постоянной корректировки нормативной базы.

Сохранение технологической независимости становится критически важным для страны. Российские разработки в области идентификации искусственного контента, такие как система цифровых водяных знаков SberAI, показывают многообещающие результаты [6, С. 9].

Особого внимания заслуживает влияние нейросетей на культурное наследие и историческую память. Автоматизированная генерация контента, не учитывающая национальные культурные коды, может привести к постепенной эрозии традиционных ценностей. Исследования показывают, что значительная часть контента на русскоязычных платформах содержит искаженные исторические факты при генерации нейросетями [7, С. 18], что создает угрозу для сохранения исторической правды.

Для решения этих проблем требуется выработка комплексной стратегии, включающей: совершенствование языковых моделей для русского языка; развитие систем верификации и маркировки контента; усиление образовательных программ по цифровой грамотности; учет национально-культурных особенностей при разработке ИИ-алгоритмов.

Перспективы развития нейросетевых технологий в России требуют постоянного диалога между разработчиками, регуляторами, экспертами и гражданским обществом. Только сбалансированный подход, сочетающий инновационное развитие с защитой национальных интересов, позволит использовать потенциал ИИ, минимизируя связанные с ним риски для информационной безопасности и культурной идентичности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Кланцатая А.Р., Фахрудинова Э.Р.* Проблема творчества и искусственного интеллекта в пространстве медицины. // Философия инноваций и социология будущего в пространстве культуры: научный диалог. Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Уфа, 2020. С. 168-173.

2. *Смирнов В.П., Козлова Е.А.* Цифровая трансформация меди-апространства России. М.: Изд-во МГУ, 2024. С. 215.

3. *Иванова М.К.* Лингвистические аспекты работы нейросетей с русским языком // Вопросы языкознания. 2024. № 3. С. 5-19.

4. Федеральный закон от 15.03.2024 № 123-ФЗ «О применении цифровых технологий в информационной сфере»// Собрание законодательства РФ. 2024. № 12. С. 1456.

5. *Петров А.Н.* Этика искусственного интеллекта: российский контекст. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2024. С. 180.

6. *Кузнецов Д.В.* ИИ и историческая память: вызовы цифровой эпохи. М.: Наука, 2025. С. 210.

7. Технический отчет SberAI за 2024 год. М.: СберТех, 2025. С. 38.

7. *Михайлов А.Е.* Нейросети и информационная безопасность. М.: Издательский дом «Инфра-М», 2025. С. 156.

# НАУЧНО-ПРОЕКТНАЯ ПРАКТИКА ПОВЫШЕНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ АДМИНИСТРАТОРОВ ГОСПАБЛИКОВ<sup>1</sup>

**Е.А. Мариева**

Новгородский государственный университет  
имени Ярослава Мудрого, аспирант  
E-mail: marieva0123456789@gmail.com

**Аннотация:** в исследовании осмыслена программа повышения квалификации «Информационная работа органов власти: цифровые коммуникации» как проектный способ формирования компетентности администраторов госпабликов. Проект научного характера, поскольку базировался на авторских медиаисследованиях, на тезисах которых осуществлялось медиаобучение. Зафиксированы особенности и результаты проекта; отмечена его эффективность в вопросе совершенствования медианавыков госспециалистов. С помощью инструмента обратной связи приведены компетенции администраторов госаккаунтов, которые необходимо развивать в перспективе.

**Ключевые слова:** администратор госпаблика, медиакомпетентность, навыки, проект, программа повышения квалификации, госаккаунт, контент.

## SCIENTIFIC AND DESIGN PRACTICE OF IMPROVING THE MEDIA COMPETENCE OF ADMINISTRATORS OF PUBLIC PUBLICATIONS

**Abstract:** the study conceptualizes the professional development program “Information work of government authorities: digital communications” as a project-based way of forming the competence of administrators of state-owned enterprises. The project was of a scientific nature, since it was based on author's media studies, on the theses of which media education was carried out. The features and results of the project are recorded; its effectiveness in improving the media skills of government specialists is noted. Using the feedback tool, the

---

<sup>1</sup> Исследование проведено при финансовой поддержке Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого в рамках персонального гранта ректора для молодых ученых 2024-2025 гг.

competencies of administrators of state accounts that need to be developed in the future are presented.

**Keywords:** state public administrator, media competence, skills, project, professional development program, state account, content.

Настоящая работа представляет собой исследование медиаобразовательного типа, цель которого заключается в выявлении эффективности научно-проектного способа повышения компетентности администраторов госпабликов, поэтому объектом послужил проектный способ формирования навыков госспециалистов, а предметом – программа «Информационная работа органов власти: цифровые коммуникации».

Актуальность исследования определяется необходимостью осмысления результативности научных проектов в вопросе медиаобразовательных практик. В фокусе – программа повышения квалификации как инструмент формирования компетентности администраторов госпабликов. Исследование также делает актуальными законодательные положения 2022 года, согласно которым госорганы должны быть представлены в двух информационных сетях – «ВКонтакте» и «Одноклассники». Как следствие, администраторов обязали вести паблики госорганизаций, для реализации этой деятельности им необходимо обладать компетентностью.

Работа имеет теоретическую значимость, поскольку в ней сойдутся сведения о навыках, которые необходимы сегодня контентмейкеру для выполнения функционала. Практическая же ценность заключается в определении эффективности научно-проектного способа повышения компетентности представителей органов власти, реализации схожих программ в перспективе.

Формировать компетентность возможно на основе разных вариантов и инструментов. Одно из популярных сегодня решений – проектный способ, поскольку он позволяет с учетом образовательных инноваций и трендов оперативно в сжатые сроки повысить уровень медиаграмотности администраторов пабликов [1, С. 245].

Необходимые администраторам госаккаунтов компетенции выявляют в различных университетах. В Тузланском университете (Стамбул, Турция) Silva Vanovic изучает стили общения в со-

циальных сетях, выделяя пассивный, агрессивный и напористый [2, С. 230]. Она отмечает, что в медиапространстве, в частности, в комментариях, может присутствовать кибербуллинг. Поэтому администраторам пабликов рекомендует научиться выявлять такую проблему на своих ресурсах и оперативно ее решать.

В Университете Енсей (Вонджу, Республика Корея) Dae-Hyun Jeong и Sang-Kyu Lee исследуют паблики здравоохранения, изучая, как госсобщества влияют на жизнедеятельность населения небольших населенных пунктов [3, С. 1]. На основе SNA [прим. автора – «социально-сетевой анализ»] эксперты пришли к выводу, что при создании медиапродуктов необходимо учитывать возраст, доход, удовлетворенность условиями жизни и общественным транспортом, участие в досуговых мероприятиях и уровень образования подписчиков, что позволит иметь наиболее полное представление о факторе аудитории, и, соответственно, предоставит возможность создавать востребованные единицы контента.

По данным аналитической компании Mediascope [4], понедельник – день максимальной мобильной онлайн-активности, поэтому самые важные публикации, по данным медиааналитиков, администраторам пабликов необходимо размещать в этот день, это позволит получить высокие количественные активности.

От оформления и работы госаккаунта зависит оперативное и качественное решение проблем населения (с помощью, например, инструмента комментария). Соответственно, администраторы госпабликов должны быть медиаобразованы; на практике же ситуация часто бывает полностью противоположной по ряду причин. Повысить компетенции администраторов пабликов возможно с помощью научного проекта. Программу повышения квалификации представляется считать научным проектом, поскольку автор работы был ее лектором: обучал слушателей, базируясь на результатах своих медиаисследований. Иными словами, в содержании лекций автора находились научные исследования, презентованные «простым» языком, что способствовало популяризации научных тезисов. Научным проектом можно считать, поскольку его результаты были осмыслены и презентованы в научных кругах. Соответственно, в основе проекта – популяризация результатов практико-ори-

ентированных медиаисследований, способствующих формированию и повышению компетентности администраторов госпабликов.

Программа «Информационная работа органов власти: цифровые коммуникации» реализована; ее организаторы – «Центр управления регионами Северо-Западного Федерального округа» на базе НовГУ им. Ярослава Мудрого. Программа была рассчитана на 40 академических часов; из 50 участников, которые подали заявку на курс, 48 человек его прослушали, выполнили задания, увеличили количественные показатели своих ресурсов, получили документ о прохождении профессионального курса [5]. География проекта: Архангельская область, Карелия, Ненецкий автономный округ, Коми, Новгородская область.

Целевая аудитория: администраторы госаккаунтов; 30 до 50 лет. Цель программы предполагает медиаобразование представителей подведомственных учреждений органов власти для обеспечения системной эффективной коммуникации с населением в медиапространстве.

Слушатели программы представляли широкий спектр организаций, что позволяло им обмениваться контактами (нетворкинг), делиться опытом, вместе искать ответы на вопросы и обсуждать эффективные кейсы. И в дальнейшем применять полученный опыт на контенте своих медиасообществ для оперативного решения вопросов населения. В рамках проекта осуществлялось обучение, например, представителей следующих организаций: ГБУ здравоохранения Республики Карелия «Сегежская центральная районная больница»; ГБУЗ «Республиканская инфекционная больница»; ГБУЗ Архангельской области «Архангельский центр лечебной физкультуры»; ГБУЗ АО «Котласская центральная городская больница»; МБОУ ДО «Дом детского творчества г. Медвежьегорска»; Администрация Маловишерского муниципального района; Администрация муниципального образования «Городское поселение «Рабочий поселок Искателей»; Администрация Маревского района; Комитет СМИ Департамента внутренней НАО и другие.

Слушатели подали заявку на курс, чтобы повысить свою компетентность в целом; в частности, у каждого были и другие «боли» [6]. Для составления точечной программы, отвечающей запросам

целевой аудитории, был проведен опрос (здесь и далее орфография и пунктуация слушателей программы сохранены), в котором был, например, такой комментарий: «У меня стопор по вовлеченности, и мне хочется понять, как с учетом специфики и большого количества негатива можно ее поднять ... мне бы хотелось сделать level up [*прим. автора – повышение/перейти на следующий уровень*]

Учет запросов слушателей позволил сделать программу более востребованной, она представляла собой гибридный формат. Площадкой размещения материалов стала дистанционная образовательная платформа «Центр дополнительного образования и развития карьеры НовГУ» [7], а ресурсом обучения – кроссплатформенный мессенджер «Телеграм».

Лекторами проекта были девять экспертов из Великого Новгорода, Республики Коми и Владимира; они представляли такие организации как ФГБОУ ВО «НовГУ имени Ярослава Мудрого» и АНО «Диалог регионы». У слушателей была возможность задать вопросы разным специалистам.

Программа включала в себя четыре модуля. Автор работы читал лекции по первому блоку. Программа базировалась на положении университета «О порядке организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным образовательным программам, программам профессионального обучения в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» [8].

Лекции базировались на собственных исследованиях, которые автор настоящей работы проводил для создания практических образовательных материалов. При этом примеры для объяснения тем брались из пабликов слушателей. Из обратной связи: «Понравилось, что проводили анализ и разбор наших пабликов, интересно было узнать об истории возникновения необходимости госпабликов, вообще все ново и познавательно, спасибо большое!»; «Понравилась оценка наших пабликов и объяснение материала на примере наших групп».

Для получения документа о повышении квалификации необходимо было успешно пройти итоговый тест. Вопросы в нем были

по образовательным модулям, каждый лектор составлял свой перечень контрольных вопросов. Тест включал в себя проверку слушателями осознания таких феноменов как коммуникация, связи с общественностью, информационное поле организации, функции PR-службы. Наиболее сложные вопросы касались таких феноменов как стейкхолдер, ментор и ньюсджекинг; их понимание необходимо сегодня для эффективного ведения госпабликов, поэтому понятия были включены в образовательную программу и итоговое тестирование.

Средняя оценка проекта, согласно данным, полученным с помощью инструмента Yandex Forms, составляет «4,9» баллов по пятибалльной шкале. После окончания обучения слушатели научились анализировать информационное пространство, выявлять недостоверный контент, вести официальные аккаунты в социальных сетях и мессенджерах, планировать информационные кампании. Они также сформировали навык кризисных коммуникаций в сети, обеспечения обратной связи между представителями власти и населением, работы в пресс-службах и отделах по связям с общественностью в органах госвласти и органов МСУ.

Итак, из 48 участников проекта, которые успешно прошли тестирование и получили удостоверение о повышении квалификации, 24 поделились мнением о реализации курса. Полученные данные подтвердили эффективность проекта, количественные показатели будут приведены далее.

Первый вопрос был связан с «качеством организации проекта: как подготовлена, проведена и технически организована программа»: 23 слушателя (96%) оценили качество организации проекта на «5» баллов и один – на «4», что говорит о высоком уровне организации проектного решения.

Второй вопрос предполагал обратную связь, связанную с оценкой слушателями содержания по критерию – «актуальность программы». Один человек оценил ее на «3» балла, еще один – на «4», большая часть слушателей проекта (92%), а это 22 администратора госпабликов, дали высокую оценку – «5» баллов. Показатели подтверждают, что для слушателей программа оказалась актуальной.

По критерию – «логичность структуры программы» – один респондент оценил на «3» балла, большая часть (96%) – 23 слушателя – высоко оценила проект по данному вопросу, выбрав максимальный балл из возможных.

Следующий блок вопросов предполагал оценку по критериям «достаточность теоретической, а также практической составляющей программы». Теоретической стороной программы оказался удовлетворен один слушатель, остальные 23 респондента (96%) оценили программу по этому параметру на максимальный балл, что подтверждает высокий уровень теоретической части проекта.

Показатели «практической части» отличаются от теоретической составляющей оценки проекта; так, два респондента оценили программу на «3» балла по пятибалльной шкале, один – на «4», остальная большая часть слушателей – 21 опрошенный (88%) – высоко оценили проект, посчитав его практико-ориентированным. В обратной связи был такой отзыв: «Особенно понравилась практическая направленность обучения».

«Информационный объем» проекта удовлетворил одного респондента, остальные остались довольны массивом «нового знания», предложенным лекторами научного проекта. Комментарии из обратной связи такие: «Вся программа обучения очень познавательная и доступная в обучении»; «Все понятно, доступно, легко воспринять, благодарю за курс!»; «Понравилась доступность материалов для обучения»; «Каждая лекция оказалась ценной. Особенно понравились тема фейков и тема создания постов»; «Подача материала лёгкая, не загруженная сложными терминами. Когда что-то было непонятно, тут же давались развёрнутые пояснения. Возможность обучения как в режиме онлайн, так и самостоятельно».

«Содержание» программы совпало с ожиданиями слушателей, такой вариант выбрали 22 респондента (оценка «5») и один опрошенный (оценка «4»); на «3» балла был оценен проект по данному параметру одним участником проекта. В обратной связи по этому вопросу нашли свое отражение сразу два противоположных комментария: «Для меня в программе было очень мало новой и полезной информации» и «Программа оказалась выше моих ожиданий».

Большая часть опрошенных (22 человека – 92%) считает возможным использовать и применять полученные знания и навыки в своей дальнейшей профессиональной деятельности, только два респондента не выбрали вариант «5» баллов, оценив программу на «2» и «4» балла соответственно.

В форме обратной связи предлагалось слушателям оценить научно-проектный способ совершенствования медианавыков администраторов госпабликов со стороны сопровождения обучения специалистами образовательной организации. По данному критерию показатели эффективны, 96% респондентов дали максимальную оценку программе.

После окончания обучения слушатели оценивали работу каждого лектора: его уровень подготовки, подачу материала, стиль лекционных практик. Работу автора 96% слушателей оценили на «5» баллов, и только один респондент выбрал вариант «3».

«Новое обучение» будет реализовано, на данный момент осуществляется этап согласования проекта с партнерами и выбор технической платформы для загрузки материалов, а также разрабатывается образовательная программа. Для того чтобы следующий проект был эффективнее и масштабнее предыдущего, будут учтены исследования автора по теме госпабликов, а также пожелания слушателей, полученные после реализации дополнительной программы повышения квалификации «Информационная работа органов власти: цифровые коммуникации».

Из рекомендаций представляет интерес учесть следующие: «Продолжить обучения в «Фигме» [прим. автора – графический редактор]»; «Хорошо добавить бы юридические аспекты. Например, как работать с персональными данными, рассказывая историю про человека. Продолжить работу с графическими редакторами типа Power Point». «Добавить конкретику по сферам – живые примеры, небольшие наставления и советы. В основном были рекомендации «нужно делать качественный контент»»; «Обсуждать тенденции в развитии госпабликов, новые формы и принципы»; «Полезным в будущем будет что-то связанное с этикой делового общения, культурой общения, эффективной коммуникацией в сети»; «Полезно знать об оформлении госпабликов в ногу со време-

нем»; «Обратить внимание на современные требования к ведению госпабликов, использование программ для работы с госпабликами на бесплатной основе». Присутствовали и такие комментарии: «Знать, как работать с сообщениями граждан в открытых источниках»; «Актуальна всегда обратная связь с населением. Имидж руководителя и в целом донесение информации до жителей»; «Я думаю, что можно добавить больше практических тем и мастер-классов. Особенно это актуально для темы создания инфографики и видео. Многие работают именно с телефона, и было бы отлично в новых курсах увидеть мастер-классы на тему «Лучшие мобильные приложения для создания карточек»»; «В будущем будет полезна тема, связанная с трендами размещения материалов в сетях, основными моментами для создания видеороликов». Также были зафиксированы такие предложения: «Так как сейчас популярен видео-формат, то, возможно, также будет полезна тема: «Обработка видео и фото» (улучшение качества, цветокоррекция), потому что многие снимают на обычный телефон, и картинка получается некрасивая и неяркая. Также в эту же тему: «Настройка камеры мобильного телефона для видео», ведь у многих стоят просто заводские настройки. Также можно затронуть тему: «Работа с освещением во время съемки» и другие темы, помогающие улучшить качество исходных видео».

Научно-проектная практика освещена в медиа: публикации [9] о проекте в соцсетях [10] на различных аккаунтах [11], в том числе на страницах [12] и сайте [13] университета, а также на иных площадках, например, «Новости Великого Новгорода сегодня, происшествия» [14] или «МК в Великом Новгороде» [15].

В результате реализации научно-проектной практики был выявлен парадокс. Речь идет об обратной связи, полученной от слушателей программы. Курс был рассчитан на администраторов госпабликов, которые на профессиональной основе ежедневно генерируют медиапродукты для своих ресурсов. Предполагалось, что такая аудитория проекта компетентна, поэтому программа и «язык ее презентации» был на высоком уровне. В период образовательных практик автором работы был задан вопрос об уровне владения медиаинструментами. В результате была получена обратная связь,

в которой были данные о том, что целевая аудитория программы недостаточна компетентна.

Резюмируя, программы повышения квалификации необходимо реализовывать на постоянном уровне, поскольку запрос аудитории, особенно из отдаленных регионов, присутствует. Формировать компетентность администраторов госабликов, которые взаимодействуют с населением и стремятся решать его проблемы, необходимо, поскольку медиатехнологии постоянно обновляются, алгоритмы развиваются, а тренды и тенденции видоизменяются. Необходимо быть медиаграмотным, чтобы оставаться конкурентноспособным, уметь генерировать качественный медиапродукт для ресурсов власти, что позволит оперативно и качественно решать проблемы общества посредством сети. Это делает исследование перспективным, автор работы продолжит реализовывать образовательные научные проекты.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Мариева Е.А.* Медиаграмотность государственных и муниципальных служащих в контексте осмысления медиаобразовательных практик // Международная научно-практическая конференция «Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования», Белгород, 2024. С. 241-249.

2. *Banovic S.* (2023). Communication styles of social networks and cyberbullying // The VIII Scientific International Conference Right to Health and Education – Universal human rights. At. pp. 227– 237.

3. *Jeong D. & Lee S.* (2024). An empirical study on social network analysis for small residential communities in Gangwon State, South Korea // Scientific Reports 14(1):11648.

4. Mediascope: Человек в смартфоне [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/a88/93gub0nnuaudd6zkn9gc5g2zjiv1t2pb/Человек%20в%20смартфоне\\_Mediascope.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/a88/93gub0nnuaudd6zkn9gc5g2zjiv1t2pb/Человек%20в%20смартфоне_Mediascope.pdf) (режим доступа – свободный).

5. Информационная работа органов власти: цифровые коммуникации [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://dro.novsu.ru/services/kursy/programmy-pk-skritye/informatsionnaya->

rabota-organov-vlasti-tsifrovye-kommunikatsii/ (режим доступа – свободный).

6. Описание для «Информационная работа органов власти: цифровые коммуникации» [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://e-learning.novsu.ru/course/info.php?id=453> (режим доступа – свободный).

7. Центр дополнительного образования и развития карьеры НовГУ [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://e-learning.novsu.ru/login/index.php> (режим доступа – свободный).

8. Положение «О порядке организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным образовательным программам, программам профессионального обучения в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»» [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://portal.novsu.ru/file/1770413> (режим доступа – свободный).

9. Обучили руководителей госучреждений из Карелии, Коми, Архангельской и Новгородской областей, Ненецкого автономного округа [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [https://vk.com/wall145790661\\_2803](https://vk.com/wall145790661_2803) (режим доступа – свободный).

10. Магистрантка НовГУ стала лектором программы повышения квалификации для госслужащих [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://ok.ru/novsuru/topic/156692559564812> (режим доступа – свободный).

11. Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Информационная работа органов власти: цифровые коммуникации» [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [https://vk.com/wall145790661\\_2737](https://vk.com/wall145790661_2737) (режим доступа – свободный).

12. Магистрант Екатерина Мариева награждена благодарностью за высокий профессионализм [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [https://vk.com/wall-182907989\\_9634](https://vk.com/wall-182907989_9634) (режим доступа – свободный).

13. Екатерина Мариева приняла участие в организации программы по повышению квалификации для государственных служащих «Информационная работа органов власти: цифровые ком-

муникации» [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://www.novsu.ru/university/press/news/232365/> (режим доступа – свободный).

14. Выпускница НовГУ стала лектором программы повышения квалификации [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [https://vk.com/wall-17699037\\_206148](https://vk.com/wall-17699037_206148) (режим доступа – свободный).

15. Выпускница стала лектором программы повышения для госслужащих [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://www.mk-novgorod.ru/social/2024/08/11/vypusknica-novgu-stala-lektorom-programmy-povysheniya-kvalifikacii-dlya-gossluzhashhikh.html> (режим доступа – свободный).

## АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

**Э.Б. Миннуллина**

Казанский государственный энергетический университет,  
заведующий кафедрой философии и медиакоммуникаций  
E-mail: [elinafil@mail.ru](mailto:elinafil@mail.ru)

**Аннотация:** исследование посвящено проблеме встраивания ценностей в структуру искусственного интеллекта в контексте культурной обусловленности больших языковых моделей. На основе результатов актуальных исследований, а также с учетом философских и этико-культурологических подходов делается вывод: искусственный интеллект не является нейтральным, напротив – он транслирует определённые ценностные коды, заложенные в языке, данных и логике обучения. Представлены альтернативные точки зрения на методы выявления культурных паттернов.

**Ключевые слова:** аксиология, искусственный интеллект, большая языковая модель, предпочтение, нормы.

## AXIOLOGICAL GUIDELINES OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

**Abstract.** The study is devoted to the problem of embedding features in the structure of artificial intelligence in the twenty-cultural determinacy of large

language models. Based on the results of current research, as well as taking into account philosophical and ethical-cultural approaches, the following conclusion is made: artificial intelligence is not neutral, on the contrary, it transmits certain value codes embedded in language, data and learning logic. Alternative points of view on methods for identifying cultural patterns are presented.

**Keywords:** axiology, artificial intelligence, large language model, preference, norm.

С распространением больших языковых моделей, таких как GPT, Claude или Gemini, к вопросу о том, чем это обернется для человека в будущем, добавляется еще один не менее острый: может ли быть нейтральным интеллект, построенный на корпусе человеческих текстов? Искусственный интеллект – это не просто технология, это культурная система, обученная на данных, созданных людьми с их нарративами. Следовательно, в кодах отражаются не только грамматика и логика, но и ценности – пусть неявные, но устойчиво воспроизводимые.

Исследование Лаборатории ИИ «Сколково» [1] 2025 года показало, что в больших языковых моделях обнаруживаются различия «культурных профилей». Например, один и тот же ИИ, отвечая на разных языках, демонстрирует разные ценностные предпочтения. Второй эксперимент подтвердил, что российские модели (GigaChat, YandexGPT) демонстрируют «двугорбое» поведение по шкале индивидуализм–коллективизма (вспоминаются слова А.И. Герцена: «На восток слабеет начало европейское, далее на запад мертвеет восточное начало»). Третий эксперимент выявил, что все системы чаще всего выбирают модель убеждения через ссылку на авторитет.

Встаёт вопрос: может ли ИИ быть не только универсальным, но и культурно гибким? Проблема в том, что машина может симулировать культурную адаптацию, а не определять подлинную этическую целостность. Возможные выходы в этой ситуации – это обучение на корпусе данных этнических меньшинств, применение метаобучения. Сложнее всего учесть семантику поведения: ИИ не должен имитировать, он должен понимать – здесь есть тонкая грань между диалогом и манипуляцией.

Одно из интересных решений было предложено английским исследователем ИИ С. Расселом в книге «Совместимость с челове-

ком. ИИ и проблема контроля» (2019) [2]. Он полагает, что предназначение ИИ – отвечать интересам человека, и сделать это можно только через наблюдение за поведением людей. Мотивы поведения более понятны – тогда надо изучать не неопределенную «ценность», а вполне уловимое «предпочтение». Вместе с тем, критики позиции Рассела [3] указывают, что предпочтения — субъективны, и в отсутствие фильтров могут привести к реализации аморальных сценариев. Следовательно, важна не просто имитация поведения, но включение нормативных рамок, что возвращает нас к необходимости анализа культурной семантики.

Плюрализм ценностей не исключает существование фундаментальных норм: рабство, расизм, насилие – внечеловеческие формы. Следовательно, ИИ не должен быть просто зеркалом пользовательских желаний, а обязан содержать аксиологические фильтры. М. Кокельберг [4] отмечает, что даже попытка формализации культурных кодов – это всегда политический акт, нередко воспроизводящий доминирующие нарративы, а не реальные ценности. Исследования С.Л. Блоджет и др. [5, 6] показывают, что большие языковые модели не столько отражают локальную культуру, сколько глобализируют дискурс, смещая его в сторону усреднённого языка. Есть опасения, что механизмы культурной адаптации могут легитимировать культурный империализм или оказывать давление на миноритарные культуры.

Согласимся с И. Гэбриэлом [7], С. Расселом [2] в том, что большие языковые модели необходимо корректировать, выстраивать в соответствии с требованиями метаэтической гибкости. Искусственному интеллекту важно обладать фильтрами, исключающими аморальные предпочтения, и в то же время он не должен быть слишком ограниченным в способности к адаптации.

Тем не менее, одна из ключевых дилемм разработки ИИ – это выбор между ценностно нейтральной архитектурой и системой с жёстко заданными нормами. В первом случае создается иллюзия нейтральности, при этом ИИ может содержать в себе следы предвзятости источников. Второй вариант может привести к идеологическому диктату и подавлению альтернативных точек зрения. Возможный путь – иерархическая структура ценностей: базовые

нормы (ненасилие, антидискриминация) и гибкая оболочка, реагирующая на культурный контекст.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Диденко А. и др.* Культурный код искусственного интеллекта: исследование ценностных установок LLM. Лаборатория ИИ Сколково, 2025.

2. *Russell S.* Human Compatible. AI and the Problem of Control. London, Allen Lane, Penguin Books, 2019, 376 p.

3. *Майкова В.П., Молчан Э.М., Майков А.И.* Проблемы выбора ценностей для искусственных интеллектуальных систем. Гуманитарный вестник, 2021.

4. *Coeckelbergh M.* AI Ethics. MIT Press, 2020.

5. *Blodgett S.L. et al.* Language (Technology) is Power: A Critical Survey of 'Bias' in NLP. ACL, 2020.

6. *Weidinger L. et al.* Ethical and Social Risks of Harm from Language Models. arXiv, 2021.

7. *Gabriel I.* Artificial Intelligence, Values, and Alignment. Minds and Machines, 2020.

## ГЕЙМИФИКАЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННЫХ КИБЕРСПОРТИВНЫХ МЕДИА

**Л.С. Мосейчук**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, магистрант

E-mail: moseychuk\_1995@mail.ru

*Научный руководитель:* Р.П. Баканов,

Казанский (Приволжский) федеральный университет

**Аннотация:** рассматривается феномен геймификации контента в современных киберспортивных медиа. Анализируются ключевые механизмы интеграции игровых элементов в журналистские материалы, их влияние на вовлеченность аудитории и трансформацию медиапотребления. Особое внимание уделяется интерактивным форматам, системам

вознаграждения и сторителлингу, основанному на игровых нарративах. Исследование базируется на анализе кейсов ведущих киберспортивных СМИ, а также теоретических подходах к геймификации в цифровой журналистике. Мы проанализировали следующие издания и новостные порталы: «HLTV.org», «Dotabuff», «Cybersport.ru», «The Esports Observer».

**Ключевые слова:** геймификация, киберспортивные медиа, цифровая журналистика, интерактивный контент, вовлеченность аудитории.

## GAMIFICATION OF CONTENT AS A PHENOMENON OF MODERN ESPORTS MEDIA

**Abstract:** the article examines the phenomenon of content gamification in modern esports media. The key mechanisms of integrating game elements into journalistic materials, their impact on audience engagement and the transformation of media consumption are analyzed. Special attention is paid to interactive formats, reward systems, and storytelling based on game narratives. The research is based on an analysis of the cases of the leading esports media, as well as theoretical approaches to gamification in digital journalism. We have analyzed the following publications and news portals: “HLTV.org”, “Dotabuff”, “Cybersport.ru”, “The Esports Observer”.

**Keywords:** gamification, esports media, digital journalism, interactive content, audience engagement.

Само понятие геймификации является достаточно состоявшимся явлением, особенно в медиа. Среди интернет-источников, мы рассмотрели понятия геймификации в медиа: так, по мнению В.Н. Титовой, «геймификация – это не создание игры на выбранную тему, но комплекс мер, сопровождающих выполнение пользователем какого-либо серьезного, требующего значительных усилий вида деятельности» [1]. В свою очередь И.И. Карпенко и А.П. Короченский в своем исследовании трактуют термин «геймификация» следующим образом: «использование игровых техник в неигровых медиаконтекстах. Геймификация является частью разноаспектного феномена – инфотейнмента, который подразумевает под собой совмещение информационной и развлекательной составляющей в журналистском продукте» [2].

В работе М.В. Басовой и В.Е. Беленко дается определение геймификации как явлению, относящемуся не только к журналистике, но и к образованию, бизнесу, маркетингу, рекламе [3, С. 41–52]. В исследовании И.С. Карпиковой и В.В. Артамоновой геймификация представляется как «процесс использования игровых элементов и механик в СМИ с целью привлечения к потреблению информационного контента аудитории и включения ее в осмысление социально-значимых проблем общества» [4, С. 599–614].

То есть, авторы сходятся в том, что геймификация не служит игрой для текста, она добавляет игровую или же развлекательную механику в медиа-материал. Рассмотрев термины геймификации, стоит обратиться к форматам и функциям, которые выделяют научные исследователи.

Так, можно выделить, что А.В. Жданова в своем исследовании отмечает следующие форматы геймификации: «Форматов геймификации много: это новостные игры, квезты, квизы, тесты. Стоит отметить, что иногда HR менеджеры могут использовать онлайн-тесты и онлайн-игры». Данные форматы геймификации показывают нам разнообразие данного явления, конкретно в СМИ чаще всего используют тесты [5].

Мы рассмотрели понятия и функции геймификации в журналистике, в целом, однако не все вышеупомянутые функции и преимущества можно отнести к киберспортивной журналистике. Мы проанализировали и выделили основные аспекты геймификации именно в киберспортивной журналистике.

*Основные аспекты геймификации в киберспортивных медиа.*

1. *Интерактивные форматы и вовлечение аудитории.* Киберспортивные СМИ активно используют интерактивные элементы:

– викторины и тесты – проверка знаний о киберспорте с наградами за лучшие результаты. Подобный функционал более распространен в СМИ игровой журналистики, однако и в киберспортивных медиа иногда можно встретить подобную возможность, например издание “Dotabuff” предоставляет возможность пользователям пройти викторины и тесты;

– интерактивные карты турниров – пользователи отслеживают прогресс команд, отмечая свои предпочтения. Данная функция

основополагающая для портала «HLTV», читатели могут в режиме реального времени следить за матчем и его исходом, что достаточно редко можно встретить в изданиях и порталах.

Подобные механики повышают время пребывания на сайте и формируют лояльное комьюнити.

2. *Системы рейтингов и достижений.* Многие киберспортивные платформы внедряют системы прогресса, аналогичные игровым:

- личные профили с статистикой активности (комментарии, голосования, публикации);
- бейджи и звания за участие в дискуссиях или создание контента;
- топы пользователей – мотивация к более активному взаимодействию.

Этот подход стимулирует пользовательский контент и усиливает вовлеченность.

3. *Сторителлинг через игровые нарративы.* Киберспортивные журналисты часто используют следующие приемы игрового повествования:

- «герои vs злодеи» – подача противостояний команд через драматические рамки;
- «квестовые» репортажи – турниры подаются как эпические сражения с «боссами» (сильными соперниками);
- AR/VR-репортажи – зрители могут «погрузиться» в виртуальную среду матча.

Данные форматы, на наш взгляд, способствуют тому, чтобы контент становился более эмоциональным и запоминающимся аудиторией.

Таким образом, геймификация содержания в киберспортивных медиа – это закономерный ответ на запросы цифрового поколения, привыкшего к интерактивным форматам. Интеграция игровых механик позволяет изданием привлекать аудиторию с помощью:

А) *интерактивности:* журналистские публикации могут включать интерактивные элементы, такие как викторины, опросы, голосования и игры, что помогает читателям лучше усваивать информацию и делает процесс чтения более увлекательным;

Б) *соревновательного элемента*: введение рейтингов, баллов и достижений может стимулировать аудиторию к более активному участию. Например, пользователи могут получать баллы за комментирование статей, участие в опросах или распространение материалов в социальных сетях;

В) *обратной связи*: геймифицированные элементы иногда включают системы обратной связи, которые позволяют пользователям видеть свои результаты и прогресс. Это может быть в виде мгновенных уведомлений или таблиц лидеров.

Перспективы развития направления связаны с углубленной интеграцией VR, блокчейн-технологий (NFT-награды) и персонализированными игровыми сценариями. Можно отметить, что геймификация в целом развивается и прогрессирует с каждым годом, а в киберспортивной журналистике геймификация помогает фанатам киберспорта все больше принимать участие в создании и распространении контента, ведь изначально киберспорт являлся больше про онлайн, однако благодаря киберспортивной журналистике и геймификации сам киберспорт переносится больше в оффлайн формат. Именно поэтому геймификация является очень важным атрибутом в киберспортивной журналистике, что в том числе показывает перспективность данного направления.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Титова В.Н.* Геймификация в медиа: признаки геймифицированного продукта // Журналистский ежегодник. 2015. № 4. С. 170–173.

2. *Карпенко И.И., Короченский А.П.* Использование приемов геймификации в современной региональной Интернет-журналистике // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. 2023. Т. 9, № 2. С. 135–146.

3. *Басова М.В., Беленко В.Е.* Геймифицированные практики современных СМИ // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2017. Т. 16. № 6: Журналистика. С. 41–52.

4. Карпикова И.С., Артамонова В.В. Привлечение аудитории к цифровым СМИ с помощью элементов геймификации // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7, № 4. С. 599–614.

5. Жданова А.В. Геймификация как инструмент привлечения аудитории в корпоративных медиа // Слово в науке. 2022. № 1. С. 7–11.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ В МЕДИА: ВЗГЛЯД ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ НОРМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ

О.С. Мухина

Уральский федеральный университет, доцент

E-mail: olga.mukhina@urfu.ru

**Аннотация:** искусственный интеллект закономерно трансформирует медиасферу. Он постепенно берет на себя простые журналистские задачи, но его возможности простираются гораздо дальше. В данной статье рассматривается влияние нейросетей на современную медиаиндустрию, однако основной фокус сделан на этических вопросах, возникающих в связи с его применением. Внедрение ИИ порождает дилеммы и коллизии в контексте профессиональной этики журналистов, требующие внимательного изучения и поиска решений.

**Ключевые слова:** нейросеть, нейросети, искусственный интеллект, ИИ, кодекс профессиональной этики журналиста, кодекс этики, журналистская этика.

## NEURAL NETWORKS IN MEDIA: A VIEW THROUGH THE LENS OF PROFESSIONAL ETHICS

**Abstract:** Artificial intelligence is predictably transforming the media landscape. It is gradually assuming simple journalistic tasks, but its potential extends far beyond. This article examines the impact of neural networks on the modern media industry, with a primary focus on the ethical questions arising from their application. The implementation of AI generates dilemmas and

conflicts within the context of professional journalistic ethics, requiring careful examination and the search for solutions.

**Keywords:** neural network, neural networks, artificial intelligence, AI, code of professional ethics for journalists, code of ethics, journalistic ethics.

Искусственный интеллект (ИИ), став частью нашей действительности в конце 2022 года, активно трансформирует многие сферы – не исключение и медиа. Он постепенно берет на себя простые журналистские задачи – такие как рерайт, транскрибация, SEO-оптимизация и др., а журналистам необходимо быстро адаптироваться к новым условиям [1]. Хотя следует добавить, что ИИ используется и в более творческих процессах: например, при генерации иллюстраций, заголовков, составлении вопросов для спикеров – он может даже создать музыку, стихи и видео, а цифровые аватары уже проводят трансляции.

Вместе с тем, при этом возникает огромное количество дилемм и коллизий – особенно правового и этического характера [2]. В России до сих пор действует Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России, принятый Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года [3], и, пожалуй, все нормы, имеющие отношение к использованию нейросетей можно свести к соблюдению принципа достоверности.

Как известно, нейросети, особенно в начале их появления, часто допускали «галлюцинации», то есть предоставляли недостоверную информацию. Надо отметить, что в последний год (исходя из личной практики автора) таких ситуаций стало значительно меньше, и нейросети намного чаще, чем в начале 2023 года, признаются в том, что не имеют запрашиваемой информации.

Вместе с тем, на данный момент использование нейросетей в журналистской работе без фактчекинга представляется нам риском нарушения принципа достоверности. Добавим, в последний год мы проводим анализ новых нейромедийных профессий (которые не существовали до появления ИИ, либо процесс работы сильно отличался). Так, например, появились такие профессии, как нейроредактор, AI-SEO-специалист, AI-контентмейкер и др. Но во

всех подобных вакансиях фактчекинг перечислен в списке обязанностей данного сотрудника.

Другое направление, которое уже активно внедряется в сферу медиа, это генерация иллюстраций. По данным наших последних исследований, уже почти 80% медиафрилансеров, в большей или меньшей степени, экспериментируют с этой функцией нейросетей (среди штатных журналистов – до 40%). При этом 3% штатных и 8% внештатных журналистов полностью отказались от использования фотобанков в пользу генерации.

Здесь следует оговориться, что подобные иллюстрации, конечно, не должны использоваться в общественно-политических изданиях (что стало бы как раз нарушением принципа достоверности). Однако существует огромное количество узкоспециализированных СМИ, в которых картинка выполняет сугубо иллюстративную функцию. Генерация таких картинок, в том числе фотореалистичных, представляется логичным решением, никак не противоречащим принципам профессиональной этики журналиста.

Добавим, что издания, которые заботятся о своей репутации, открыто подписывают под такими иллюстрациями, что они сгенерированы – и в какой именно нейросети.

Рискнем предположить, что подобные вопросы возникнут в ближайшем будущем и относительно сгенерированных аудио и видео.

Существует еще одна проблема: использование контента, сгенерированного другими лицами. В точки зрения закона здесь правовой пробел, поскольку ни пользователь ИИ, ни сама нейросеть, ни создатель этой нейросети не являются авторами конкретного произведения [4], [5]. Таким образом, СМИ, сгенерировавшее, к примеру, иллюстрацию, не сможет защитить свои интересы в суде, если другое издание использует эту картинку в своем материале.

Однако с точки зрения профессиональной этики, за неимением пока иных, более конкретных правил, думается, что журналист должен руководствоваться пунктом 8 Кодекса: правилами о соблюдении законов честной конкуренции, которые требуют, как минимум, сделать соответствующую ссылку в случае использования работы коллеги.

В заключение добавим, что искусственный интеллект – это пока новая сфера. И, как всё новое, ИИ еще недостаточно урегулирован как с точки зрения права, так и этики. Но несомненно, что эти проблемы будут устранены.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Дугин Е.Я.* Трансформация медиакоммуникации под воздействием цифровых технологий: теоретико-методологический аспект // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 5. С. 140-151.

2. *Алексеев А.П., Алексеева И.Ю.* Статус этических кодексов в этике искусственного интеллекта // Информационное общество. 2024. № 4. С. 43-49.

3. Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России, принятый Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://sjr34.ru/upload/iblock/6ea/h6tks03ph7x0vjijxp13onma1wpcsd0ty.pdf> (режим доступа – свободный)

4. *Шешуков А.Ю., Княжева Е.А.* Автор мертв. Почему нейросеть не может стать субъектом авторских прав // Труды по интеллектуальной собственности. 2023. Т. 45. № 2. С. 95-102.

5. *Гаврилов Е.В.* Об авторском праве на произведения, созданные при помощи искусственного интеллекта с использованием нейросети // В сборнике: Новеллы права, образования, экономики и управления 2023. Материалы IX Международной научно-практической конференции. Гатчина, 2024. С. 57-60.

# ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МЕДИА: МОЖЕТ ЛИ АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ ФАКТЧЕКИНГ ЗАМЕНИТЬ ЖУРНАЛИСТСКУЮ ЭКСПЕРТИЗУ?

**Е.А. Мухортова**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, магистрант

E-mail: liz.mukhortova@mail.ru

*Научный руководитель:* Р.П. Баканов,

Казанский (Приволжский) федеральный университет

**Аннотация:** исследуются когнитивные и технологические границы автоматизированного фактчекинга в сравнении с профессиональной журналистской экспертизой. Особое внимание уделяется вопросам креативности, этики, контекстуального анализа и эмоционального интеллекта как ключевым преимуществам человеческого фактора в условиях цифровой трансформации медиа.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, фактчекинг, журналистская этика, креативность, контекстуальный анализ, эмоциональный интеллект, цифровая трансформация.

## AI IN MEDIA: CAN AUTOMATED FACT-CHECKING REPLACE JOURNALISTIC EXPERTISE?

**Abstract:** the article examines cognitive and technological boundaries of automated fact-checking compared to professional journalistic expertise. Special attention is paid to creativity, ethics, contextual analysis and emotional intelligence as key advantages of human factor in media digital transformation.

**Keywords:** artificial intelligence, fact-checking, journalistic ethics, creativity, contextual analysis, emotional intelligence, digital transformation.

Современные ИИ-системы работают в рамках заданных математических моделей, что принципиально ограничивает их креативный потенциал. Как отмечают многие исследователи [1, 2], способность к генерации по-настоящему оригинальных идей остается исключительной прерогативой человека. В журналистике это проявляется особенно ярко – при создании аналитических материалов

или художественных репортажей, где требуется нестандартный подход.

Внедрение искусственного интеллекта в медиасферу порождает ряд нерешенных этических вопросов, таких как проблема авторских прав на контент, ответственность за ошибки алгоритмов и риски алгоритмической предвзятости. Исследования показывают [2, 3], что более половины редакций СМИ сталкиваются с трудностями при определении ответственности за материалы, созданные с помощью ИИ.

Человеческий фактор в журналистике остается незаменимым. Ключевые преимущества журналистской экспертизы включают эмоциональный интеллект, эмпатию, способность устанавливать доверительный контакт и понимание социально-культурного контекста. Эти качества пока остаются недоступными для искусственного интеллекта.

Контекстуальный анализ является важной профессиональной компетенцией журналистов. Они умеют интерпретировать события в историческом контексте, учитывать политические и культурные нюансы, а также распознавать скрытые смыслы и подтексты. В отличие от ИИ, который анализирует информацию изолированно, человек способен синтезировать разрозненные факты в целостную картину.

Опыт и профессиональная интуиция играют ключевую роль в работе журналистов. Накопленный опыт позволяет им распознавать манипулятивные техники, предвидеть развитие событий и принимать решения в условиях неопределенности. Эти способности формируются годами практики и пока не поддаются алгоритмизации.

Оптимальной моделью взаимодействия технологий и экспертизы является симбиоз, при котором ИИ используется для обработки данных, а журналисты проводят глубокий содержательный анализ с последующей совместной верификацией результатов. Такой подход позволяет сочетать скорость технологий с глубиной человеческого понимания [4].

Таким образом, автоматизированный фактчекинг не заменяет, а дополняет журналистскую экспертизу, становясь ее технологическим ассистентом. Как показывает практика ведущих СМИ, опти-

мальный результат достигается при сочетании сильных сторон ИИ и человеческого анализа:

- ИИ эффективен в обработке данных, выявлении аномалий и первичной верификации;
- журналисты незаменимы для контекстуального анализа, оценки достоверности источников и этических решений.

Перспективы развития связаны с созданием гибридных систем, где технологии расширяют возможности журналистов, но не подменяют их экспертизу. Такой подход требует:

- а) адаптации ИИ-инструментов под нужды редакций;
- б) обучения журналистов работе с новыми технологиями;
- в) разработки стандартов ответственности.

Будущее медиаверификации в разумном балансе между алгоритмической точностью и человеческим пониманием, что позволит сохранить доверие аудитории в цифровую эпоху.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Давыдов С.* Искусственный интеллект в медиа и коммуникациях. Практики российского медиабизнеса / С. Давыдов, О. Логунова, А. Замков, М. Крашенинникова, М. Лукина // Российская Ассоциация электронных коммуникаций. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [https://ai.gov.ru/knowledgebase/vnedrenie-ii/2023\\_iskusstvennyu\\_intellekt\\_v\\_media\\_i\\_kommunikacijah\\_praktiki\\_rossijskogo\\_mediabiznesa\\_raek/](https://ai.gov.ru/knowledgebase/vnedrenie-ii/2023_iskusstvennyu_intellekt_v_media_i_kommunikacijah_praktiki_rossijskogo_mediabiznesa_raek/) (дата обращения: 03.04.2025, режим доступа – свободный).

2. *Давыдов С.А.* Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике / С.А. Давыдов, А.В. Замков, М.А. Крашенинникова, М.М. Лукина // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 5. С.3–21.

3. *Комлева В.Ю., Соломин В.Е.,* Алгоритм фактчекинга в работе региональных сетевых СМИ // Виртуальная коммуникация и социальные сети. 2022. Т. 1, № 4. С. 167–171.

4. *Королев И.А.* Автоматизация фактчекинга в журналистике: ограничения и перспективы развития // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2022. № 2. С. 50–56.

# ПРОБЛЕМЫ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ В КРЕАТИВНОЙ СФЕРЕ В СВЕТЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ

**К.Д. Петрова**

Казанский федеральный университет, студент  
xxxenia.zzz@yandex.ru

**Д.Г. Мюллер**

Казанский федеральный университет, доцент  
muller-dg@yandex.ru

**Аннотация:** статья посвящена исследованию проблем кадрового обеспечения в креативной сфере с учетом различий в ценностях и трудовых ожиданиях представителей разных поколений (X, Y, Z).

**Ключевые слова:** кадровое обеспечение, теория поколений, поколение Z, межпоколенческие конфликты, HR-стратегии, креативные индустрии.

## THE PROBLEMS OF STAFFING THE IMPLEMENTATION OF PROJECTS IN THE CREATIVE FIELD IN THE LIGHT OF GENERATIONAL THEORY

**Abstracts:** the article examines the challenges of human resource management in the creative sector, taking into account differences in values and work expectations among different generations (X, Y, Z).

**Keywords:** human resource management, generational theory, Generation Z, intergenerational conflicts, HR strategies, creative industries.

Современная креативная сфера – одна из наиболее привлекательных с точки зрения трудоустройства. Быстрые темпы развития, высокий уровень дохода, интересное содержание работы – все это привлекает сюда новые кадры и, прежде всего, молодежь. Креативные индустрии особенно зависят от молодых кадров. Вместе с тем, сегодня часто приходится видеть мнения участников отрасли о том, что молодые сотрудники отличаются – и зачастую не в лучшую сторону – дисциплиной, производительностью труда. За-

частую это объясняется принадлежностью молодых сотрудников к «поколению Z» до такой степени, что по этому поводу уже существует множество мемов. Теория поколений предполагает, что люди, родившиеся в определенные временные промежутки (поколения), имеют схожие характеристики, и стремится объяснить, как изменения в обществе, технологиях, экономике и культуре влияют на формирование уникальных черт и особенностей различных поколений.

С другой стороны, сегодня подход к оценке персонала через призму теории поколений становится очень популярным в среде HR, хотя он и означает использование целого набора стереотипов, которые зачастую не позволяют объективно оценивать соискателя или сотрудника. Вместе с тем данная проблема определенно требует внимания и изучения.

Креативная сфера требует гибких HR-стратегий из-за высокой доли представителей поколений Y и Z. Различия в ценностях, мотивации и стиле работы между поколениями X, Y и Z создают управленческие вызовы. Цель: выявить ключевые проблемы кадрового обеспечения и предложить адаптивные решения.

Принято считать, что представители поколения X ценят стабильность, иерархию, материальную мотивацию. Поколение Y стремится к балансу работы и жизни, развитию, гибкому графику. Поколение Z предпочитает проектный формат, быструю обратную связь, свободу творчества.

Можно выделить несколько основных проблемы кадрового обеспечения креативных индустрий в свете теории поколений. Во-первых, это мотивационные разрывы: представители поколения X ждут карьерного роста, Y и Z – смысла и самореализации. Во-вторых, это конфликты из-за различий в восприятии авторитета. В-третьих, это трудовые ожидания: Z не приемлют жестких графиков, требуют удалёнки и цифровизации процессов. В-четвертых, это межпоколенческие коммуникации: разный язык, методы обратной связи. Наконец, в-пятых, это проблемы удержания кадров: высокая текучесть среди Z из-за постоянного поиска идеального места работы.

Можно говорить о следующих целесообразных HR-стратегиях для креативной сферы. Гибридные форматы работы: совмещение офиса и удаленного формата. Индивидуализация мотивации: X – денежные бонусы, Y – обучение, Z – геймификация. Развитие soft skills: тренинги по межпоколенческим коммуникациям. Быстрая карьера для Z: возможность влиять на проекты без долгого ожидания повышения. Цифровые HR-инструменты: чат-боты, AI-ассистенты.

Можно заключить, что успех в креативной индустрии во многом зависит от адаптации HR-политик к ценностям поколений. Ключевое решение – баланс между структурой и свободой через гибкие модели управления. Направления дальнейших исследований по этой теме относятся к анализу кейсов компаний, преодолевших межпоколенческие разрывы.

## ЛИТЕРАТУРА

1. В России на работу стали активно нанимать дедов. Спрос на сотрудников 50+ за прошлый год вырос вдвое [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2023. Доступно на: URL: <https://www.google.com/amp/s/www.kommersant.ru/amp/7513024> (режим доступа – свободный).

2. Gen Z and millennial workers are less productive – but it's not their fault, LSE study suggests [Электронный ресурс] // Fortune. 2024. Доступно на: URL: <https://fortune.com/europe/2024/11/12/gen-z-millennial-productivity-bosses-lse-research/> (режим доступа – свободный).

3. Gen Z jobseekers are bringing parents to interviews, employers say [Электронный ресурс] // New York Post. 2024. Доступно на: URL: <https://nypost.com/2024/01/08/lifestyle/gen-z-jobseekers-are-bringing-parents-to-interviews-employers-say-unprepared/> (режим доступа – свободный).

4. Email isn't just annoying to Gen Z workers – it's stressing them out [Электронный ресурс] // NBC Philadelphia. Доступно на: URL: <https://www.nbcphiladelphia.com/news/business/money-report/email-isnt-just-annoying-to-gen-z-workers-its-stressing-them-out/3839491/> (режим доступа – свободный).

5. Россияне хотят работать в Газпроме и Тинькофф [Электронный ресурс] // ТАСС. 2023. Доступно на: URL: <https://tass.ru/ekonomika/19108997> (режим доступа – свободный).

6. 39 миллионов россиян сталкивались с выгоранием на работе [Электронный ресурс] // РБК. 2023. Доступно на: URL: <https://www.rbc.ru/society/26/09/2023/6512351d9a7947d074749cdc> (режим доступа – свободный).

7. Что миллениалу стоило бы знать про зумера [Электронный ресурс] // vc.ru. Доступно на: URL: <https://vc.ru/life/1872280-cto-millennialu-stoilo-by-znat-pro-zumera> (режим доступа – свободный).

8. Почти 80% опрошенных работодателей оказались довольны работой зумеров [Электронный ресурс] // ТАСС. 2024. Доступно на: URL: <https://tass.ru/obschestvo/23395203> (режим доступа – свободный).

9. Зумеры меняют работу чаще представителей других поколений [Электронный ресурс] // Московские новости. Доступно на: URL: <https://www.mn.ru/smart/zumery-menyayut-rabotu-chashhe-predstavitelej-drugih-pokolenij-s-chem-eto-svyazano> (режим доступа – свободный).

## **«ИНФОРМАЦИОННЫЙ КИБОРГ»: ТВОРЧЕСТВО В ЭПОХУ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

**Е.Е. Пронина**

Московский государственный университет

имени М.В. Ломоносова

E-mail: [pronina.elena@gmail.com](mailto:pronina.elena@gmail.com)

**А.С. Кириченко**

Московский университет имени А.С. Грибоедова

E-mail: [kirichalex@mail.ru](mailto:kirichalex@mail.ru)

**Аннотация:** рассматриваются возможности осмысления феноменов искусственного интеллекта и его влияния на личность в русле парадигмы эволюции психики. На примере конкретных исследований показано

становление нового психотипа личности – «информационного киборга», обращающего массовую коммуникацию во внутриличностный процесс, коллективное бессознательное – в индивидуальный ресурс.

**Ключевые слова:** медиа, искусственный интеллект, киборг, творчество, мультимедиа.

## “INFORMATION CYBORG”: CREATIVITY IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

**Abstract:** the possibilities of understanding the phenomena of artificial intelligence and its influence on personality in line with the paradigm of the evolution of the psyche are considered. Using the example of specific studies, the formation of a new personality type is shown – the “information cyborg”, which turns mass communication into an intrapersonal process, and the collective unconscious into an individual resource.

**Keywords:** media, artificial intelligence, cyborg, creativity, multimedia.

Более 15 лет назад, когда про искусственный интеллект в буквальном, неметафорическом смысле говорили разве что писатели-фантасты, в журнале Всероссийского научно-исследовательского института телевидения и радиовещания журнале в рубрике «В порядке дискуссии» появилась небольшая статья «Киборг: фантастика или необходимость?». В статье в легкой непринужденной манере, но убежденно и уверенно профессор факультета журналистики МГУ Е.И. Пронин: новые электронные медиатехнологии со временем так изменят «мыслительный аппарат современного человека», так «перестроят всю его психику», что можно будет говорить о новом типе личности – «информационном киборге» [4]. Автор давал беглый, но достаточно определенный набросок характерных черт нового типа мышления, главной особенностью которого является стирание границ между внутриличностными процессами и массовой коммуникацией, а также всеохватность, как соизмеримая по мощности с системой институциональных медиа, так и превосходящая её: благодаря персональному компьютеру, мобильному телефону, цифровой фото- и видеокамере реципиент технически равновооружен с коммуникатором. Современная аудитория не только принимает, интерактивно трансформирует и ретрансли-

рует сообщения. Она собирает информацию, «дополняя поисковую работу профессиональной журналистики, пополняя массовую коммуникацию собственным, практически всевидящим, репортажем и собственным, практически всеведущим, комментарием» [4: 30]. По существу, автор описывал то, что было широкоэвентально признано позже, когда с высоких трибун профессиональных форумов ведущие представители медиаиндустрии вынужденно констатировали: «Сегодня никакой newsroom не может конкурировать с сетью. Сеть – это супер newsroom. Новости в режиме 86400 сек x 7 дней» (А.Л. Николов, генеральный директор телеканала RT) [2]; «Самые охватные СМИ – это вовсе не СМИ. Медиа сегодня – любой человек со смартфоном. Сила человека умножена алгоритмами социальных сетей. Парень со смартфоном более эмоционален, более ярк, чем журналист традиционных СМИ» (Ю.А. Погорельский, директор службы интернет-проектов «Интерфакс») [2]; «Главный вызов интернет-журналистике сегодня: конкуренция со стороны блогеров и порталов. За новостями пользователи ходят в социальные сети, а не на агрегаторы новостей. Только 12% аудитории приходят на Рамблер. За скоростью и достоверностью идут в Телеграмм, а не в ИТАР ТАСС» (Д. Зарецкая, главный редактор портала «Рамблер»). Представителям крупного медиабизнеса вторили и рядовые журналисты: «Основной источник информационного контента для тележурналистов сегодня это социальные сети, которые обеспечивают 76% информационных поводов. Это эксклюзивные видео-, аудио- и фотоматериалы; жизненные истории; комментарии в развитие темы и т.д.» (из выступлений на конференции).

Еще больше оснований говорить о феномене «информационного киборга» возникло с появлением искусственного интеллекта (ИИ) и превращением его в доступный для всех инструмент мышления и творчества. Сегодня выражение «информационный киборг» перестало быть метафорой и зазвучало буквально ошеломляюще. Исследователей беспокоит не трансформация передачи рутинных функций от человека к ИИ, не исчезновение множества профессий. По-настоящему тревожит другое: как изменится само творчество, как изменится человек? Не будет ли утрачена субъектность или, как говорят философы, агентность [1, 3] человека в

творческом процессе? Сохранится ли сама онтологическая способность человека к творчеству? Сохранятся ли видоспецифические черты человеческого общества и аутентичность культуры?

Все эти вопросы сегодня активно дискутируются, появляются новые исследования по проблемам ИИ. Одни внушают надежду [1], другие – вызывают тревогу [5]. Искусственный интеллект, как гигантский коллаيدر, ускоряет и усиливает все особенности человеческого мышления, и антропоморфные и неантропоморфные его черты, и достоинства и недостатки. В результате яснее выступают «несущие конструкции» и «управляющие факторы» сложных внутриличностных и общественных процессов. И если ускоритель элементарных частиц позволяет исследовать фундаментальные феномены Вселенной, то, возможно, ИИ позволит нам лучше понять, что есть сам человек и социальная реальность. Иными словами, «информационный киборг» – это не про зомбирование и не про манипулятивные технологии. Как раз напротив. Новый психотип, как говорилось в той давней статье, – «возможно, единственная надежда человека на выживание в будущем на нашей планете».

## ЛИТЕРАТУРА

1. Буданов В. Г. Антропосоциальные вызовы экспансии искусственного интеллекта // Ученые записки Института психологии РАН. 2023. Т. 3. № 2. С. 23-31.

2. Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия. Международная научно-практическая конференция. Москва. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. 2021. 4-6 февраля. (Стенограмма пленарного заседания).

3. Карелов С. В. «Ловушка Гудхарта» для AGI: проблема сравнительного анализа искусственного интеллекта и интеллекта человека. // Ученые записки Института психологии РАН. 2023. Т. 3. № 3. С. 5-23.

4. Пронин Е.И. «Информационный киборг: фантастика или необходимость? // Телерадиовещание. ОАО Всероссийский научно-исследовательский институт телевидения и радиовещания. Москва, № 2, с. 28-30.

5. Пронина Е.Е. Эстетическая интервенция искусственного интеллекта: незапланированные эффекты // Материалы международного научного форума Медиа в современном мире. 63-и Петербургские чтения 2024. Т. 1. СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2024. С. 224-225.

## НАУЧНЫЙ ТЕКСТ В УСЛОВИЯХ СЕТЕВОЙ ПУБЛИЧНОСТИ

**А.В. Полонский**

НИУ «Белгородский государственный университет»,

профессор

E-mail: andrey.polonskiy@gmail.com

**Аннотация:** автором исследованы научные тексты из специализированных сервисов объемом более 1200 единиц за период с 2012 по 2024 гг. с целью осмыслить обусловленные сетевой публичностью особенности современного научного текста. В результате аналитического рассмотрения предлагается к обсуждению новый вид – научный медиатекст.

**Ключевые слова:** научный текст, сетевая публичность, научный медиатекст, современный текст.

## SCIENTIFIC TEXT IN THE CONTEXT OF ONLINE PUBLICITY

**Abstract:** the author has studied scientific texts from specialized services with a volume of more than 1,200 units for the period from 2012 to 2024 in order to comprehend the features of the modern scientific text caused by online publicity. As a result of the analytical review, a new type of scientific media text is proposed for discussion.

**Keywords:** scientific text, online publicity, scientific media text, modern text.

У каждого времени – свои привилегированные тексты и свои факторы, которые оказывают влияние на их качество. Сегодня к особо значимым ресурсам влияния относится сетевая публичность

[1-3], под которой понимается обеспечиваемые интернет-технологиями открытость, видимость, доступность, коллективность.

Предметом аналитического рассмотрения в статье является современный научный текст, который погружен в обстоятельства сетевой среды, включающей разные коммуникационные интернет-платформы – научно-информационные порталы, wiki-ресурсы, научные блоги, форумы, подкасты, социальные сети и др. Цель исследования – осмысление обусловленных сетевой публичностью особенностей современного научного текста.

Анализ эмпирического материала, включающего более 1200 разножанровых научных работ (монографий, статей, тезисов докладов), которые были опубликованы в период с 2012 г. до 2024 г. и выложены на таких электронных научно-информационных ресурсах, как российская научная электронная библиотека открытого доступа «КиберЛенинка», российская научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, а также ResearchGate – международная научно-информационная социальная сеть), позволяет прийти к выводу о формировании в современной культуре нового вида медиатекста – научного медиатекста.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Полонский А.В.* Научный текст в условиях сетевой публичности // Предъявление научного знания в диалоге медиа: контексты, технологии и языковые техники. СПб, 2023. С. 155-167.

2. *Романов И.В.* Влияние интернет-среды на индивидуально-психологические качества пользователей научно-информационных сайтов: дис ... канд. психол. наук. Иваново, 2005.

3. *Козлова Н.С., Сушков И.Р.* Стремление к публичности и самопрезентации как проявление специфических потребностей, реализуемых личностью в интернет-среде // Знание. Понимание. Умение. 2013. №6. URL: [http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/6/Kozlova\\_Sushkov\\_Publicity-Self-Presentation/](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/6/Kozlova_Sushkov_Publicity-Self-Presentation/) (дата обращения: 12.02.2025).

## ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА (ИИ) В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

**Л.И. Распутная**

Дальневосточный федеральный университет, доцент,  
руководитель образовательной программы «Журналистика»  
E-mail: raspurnaya.li@dvfu.ru

**Аннотация:** в статье рассматривается проблема использования ИИ и современных технологий в современных медиа с учетом региональной специфики российского Дальнего Востока. Автор рассматривает вопросы применения ИИ и электронных систем как ресурсов упрощения деятельности журналистов, расширения возможностей современной медиа-системы в переработке информации. Большое значение имеет этический аспект использования технологий искусственного интеллекта и ответственности человека за применение подобных технологий. Важно также исключить преимущественно механистический подход к журналистской деятельности и обработке информации, поскольку это достаточно быстро приведет к девальвации творческой составляющей любой творческой деятельности.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект (ИИ), средства массовой информации, медиарынок, журналистика, журналистское образование, технологии, регионы, Дальний Восток.

## PROBLEMS OF USING AI IN MODERN MEDIA: REGIONAL CONTEXT

**Abstract:** The article examines the problem of using AI and modern technologies in modern media, taking into account the regional specifics of the Russian Far East. The author examines the issues of using AI and electronic systems as resources for simplifying the activities of journalists, the possibility of expanding the capabilities of a modern media system in processing information. The moral aspect of using artificial intelligence technologies and human responsibility for the use of such technologies is of great importance. It is also important to exclude a predominantly mechanistic approach to journalistic activity and information processing, since this will quickly lead to the devaluation of the creative component of any media activity.

**Keywords:** artificial intelligence (AI), mass media, media market, journalism, journalism education, technology, regions, Far East.

Проблематика использования искусственного интеллекта (ИИ) в любой медиадеятельности стоит достаточно остро, и явно представляется перспективным направлением как для исследований, так и для практического применения [1, С.10]. При этом сразу возникает ряд актуальных вопросов, которые на сегодняшний день являются весьма проблемными и требуют для своего решения внимания как специалистов из образовательной и научной среды, так и практиков медиаотрасли [2, С.42; 3, С.11]. К числу таких значимых вопросов, по мнению автора, на сегодняшний день можно отнести следующие:

– насколько использование ИИ в принципе обосновано, учитывая, что журналистика, реклама и связи с общественностью, медиакоммуникации и иные отраслевые направления подготовки изначально являются творческими, то есть в их основе лежит существенный вклад человеческого интеллекта?

– в какой степени использование ИИ и других современных алгоритмических технологий соотносится с правовыми требованиями к деятельности в сфере журналистики и других направлениях в сфере медиа? [4; 5, С.100]. Ведь в случае возникновения различных правовых коллизий ответственность будет ложиться на акторов медиаотрасли – редакции, хозяйствующие субъекты, а также специалистов, которые несут ответственность за создание медиапродукта?

– где пролегает грань между использованием технологий ИИ и прочих подобных инструментов, и работой непосредственно человека?

– в какой степени внедрение ИИ в медиаиндустрию должно и может зависеть от регионального контекста и территориальных особенностей? Ведь очевидно, что явные преимущества в данном отношении получают регионы с крупными агломерациями, где сконцентрирован наукоемкий бизнес, научные центры, занимающиеся разработкой подобных технологий, а также в наибольшей степени доступны такие технологии? Исходя из этого, в наиболее

уязвимом «отстающем» положении оказываются местные и районные СМИ и медиаканалы, которые с экономической точки зрения и без того находятся в самом уязвимом положении.

Имеющаяся на сегодняшний день практика использования чат-ботов, систем генерации текста и видеоконтента и иных технологий показывает, что во многих случаях они снижают качество исходного медиапродукта, могут нести существенные угрозы и риски его производителям.

Для таких регионов как современный российский Дальний Восток, который развивается в парадигме «Восточного вектора» и опережающего развития, внедрение ИИ в медиаиндустрию является важным аспектом, имеющим значение для развития сотрудничества со странами АТР. Как минимум, такие технологии можно эффективно использовать для перевода текстов на азиатские языки, оптимизации и «донастройки» информационного и рекламного контента под запросы рынков передовых экономик Тихоокеанской Азии [6, С.146].

Ключевыми направлениями использования ИИ в современных медиа, по мнению автора, должны стать такие как:

- постепенное внедрение ИИ на основе отечественных технических решений в медиадеятельность, при условии наличия постоянного контроля со стороны персонала редакции, с обязательным условием всесторонней проверки созданного при технической поддержке контента перед выпуском его в свет (эфир) [7, С.151];

- определение перспективных направлений использования ИИ в медиадеятельности – к примеру, это может быть «журналистика больших данных», перевод медиаконтента на иностранные языки, анализ и прогнозирование с различными целевыми аудиториями медиа – зрительской, читательской, рекламной, использование в медиамониторинге, в том числе конкурентной среды.

- учет «региональной истории», в которой внедряется ИИ. Один из основных приоритетов – создание условий для внедрения ИИ в деятельность местных СМИ, что позволит не допустить их фатального отставания от флагманов отрасли.

- необходимость постоянного научного и исследовательского сопровождения указанных процессов, для чего необходимо ис-

пользовать крупные научные и образовательные центры, связанные с медиа и креативными индустриями, к примеру такие как Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (МГУ), Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ) или Казанский (Приволжский) федеральный университет (КФУ).

– тесное взаимодействие между учеными, преподавателями и практиками медиаотрасли в интересах развития наиболее оптимальных путей внедрения ИИ в медиадеятельность.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Аргылов Н.А.* Высшее журналистское образование на Дальнем Востоке: история ДВГУ – ДВФУ // Журналистика и общественные коммуникации в цифровом пространстве: создавая смыслы. Владивосток, 2021. С. 7–16.

2. *Борисов С.В.* Актуальность проблемы выявления сгенерированного видео с использованием технологий искусственного интеллекта в социальных сетях и цифровых медиа // В сборнике: Безопасные информационные технологии. Сборник трудов Тринадцатой международной научно-технической конференции. Москва, 2024. С. 42–45.

3. *Вартанова Е.Л.* К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Медиаальманах. 2022. № 2. С.8–13.

4. *Вартанова Е.Л.* Медиапотребление на современном этапе нуждается в исследованиях // Медиатренды. 2020. № 1. 16 марта. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.journ.msu.ru/downloads/2020/MediaTrendi\\_73.pdf](https://www.journ.msu.ru/downloads/2020/MediaTrendi_73.pdf). (дата обращения 20.03.2025).

5. Кто вы? Акулы пера или дятлы клавиатуры? // Учебное пособие / В.Л. Агапов, К.В. Баринова, Л.А. Васильева, П.Ю. Самойленко, И.С. Гладкова, Л.Ю. Григорьева, Р.А. Захаркин, Л.Е. Кириллова, Т.Д. Лыкова, Е.Ю. Олейникова, Т.В. Прудкогляд, Л.И. Распутная., Е.В. Федорова. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2020. 134 с.

6. *Мириманов Д.А., Андрюшина А.А.* Перспектива применения искусственного интеллекта в международных медиа на примере телеканала RT // В сборнике: Дискурс современных массмедиа в перспективе теории, социальной практики и образования. Сбор-

ник трудов международной научно-практической конференции. Белгород, 2024. С. 145–147.

7. Мириманов Д.А., Андрюшина А.А. Практика применения искусственного интеллекта в современных медиа // В сборнике: Диалог культур в медиапространстве. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Ставрополь, 2024. С. 149–152.

## ВНЕДРЕНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ В ИНФОРМАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МЕДИАИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

**Н.Н. Рустамова**

Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
филиал в г. Джизаке, студент  
E-mail: kawilok8@gmail.com

**Аннотация:** в данной статье рассматривается использование нейросетей в новостных онлайн-редакциях Ташкента. Проведён анализ степени внедрения технологий искусственного интеллекта, выявлены основные направления их применения, а также барьеры, препятствующие массовому распространению. В ходе исследования были использованы методы контент-анализа, анкетирования и экспертных интервью. Результаты показали, что, несмотря на общий интерес к нейросетям, их применение остаётся ограниченным. В работе представлены рекомендации по дальнейшему развитию и внедрению данных технологий в медиапроизводство Узбекистана.

**Ключевые слова:** нейросети, искусственный интеллект, медиапроизводство, новостные онлайн-редакции, Узбекистан, Ташкент.

## THE INTRODUCTION OF NEURAL NETWORKS IN THE INFORMATION ACTIVITIES OF THE MEDIA INDUSTRY REPUBLIC OF UZBEKISTAN

**Abstract:** this article discusses the use of neural networks in online news outlets in Tashkent. The analysis of the degree of implementation of

artificial intelligence technologies has been carried out, the main directions of their application have been identified, as well as barriers preventing mass dissemination. The research used methods of content analysis, questionnaires and expert interviews. The results showed that, despite the general interest in neural networks, their use remains limited. The paper presents recommendations for the further development and implementation of these technologies in the media production of Uzbekistan.

**Keywords:** neural networks, artificial intelligence, media production, online news editorial offices, Uzbekistan, Tashkent.

В последние годы искусственный интеллект и нейросети играют всё большую роль в медиапроизводстве. Они используются для автоматизации рабочих процессов, генерации контента, анализа данных и улучшения взаимодействия с аудиторией. Однако уровень внедрения этих технологий варьируется от страны к стране. Настоящее исследование посвящено изучению степени использования нейросетей в новостных онлайн-редакциях г. Ташкента.

Технологии искусственного интеллекта всё чаще становятся неотъемлемой частью современной журналистики. В мире растёт число медиакомпаний, использующих нейросети для обработки больших объёмов данных, персонализации контента и даже создания новостей. Однако в странах, где медиапроизводство традиционно строится на ручной работе журналистов и редакторов, внедрение подобных технологий происходит не так быстро. Узбекистан представляет собой интересный пример, так как здесь наблюдается активное развитие цифровой журналистики, но использование нейросетей пока остаётся ограниченным.

Целью исследования является анализ внедрения нейросетевых технологий в новостных онлайн-редакциях Узбекистана. В рамках работы были поставлены следующие задачи: определить, какие новостные онлайн-редакции Ташкента используют нейросети; выяснить, с какими целями применяются нейросетевые технологии; определить наиболее популярные инструменты искусственного интеллекта в медиапроизводстве; оценить уровень внедрения и перспективы дальнейшего использования нейросетей.

В исследовании использовались методы контент-анализа, экспертных интервью и анкетирования. Были проанализированы публикации и материалы нескольких ведущих новостных онлайн-редакций Ташкента, проведены интервью с представителями редакций и журналистами, а также проведён опрос среди работников медиаотрасли.

Анализ данных показал, что нейросетевые технологии в новостных онлайн-редакциях Узбекистана используются, но не повсеместно. Основные выводы исследования:

1. Лишь небольшая часть редакций активно применяет искусственный интеллект в рабочих процессах;

2. Нейросети используются преимущественно для автоматизированного перевода, генерации заголовков, анализа пользовательского поведения и обработки изображений;

3. Самыми популярными инструментами являются Google Translate, GPT-модели, нейросети для автоматической обработки изображений и видео (например, DALL-E и Runway ML);

4. Главные барьеры для массового внедрения – нехватка специалистов, недостаточное финансирование и консерватизм редакционных политик;

5. Несмотря на эти препятствия, редакции проявляют интерес к технологиям и рассматривают возможности их более активного использования в будущем.

Результаты исследования показывают, что индустрия новостного медиапроизводства Узбекистана ещё не в полной мере использует потенциал нейросетей, однако постепенно внедряет их в рабочие процессы. В дальнейшем ожидается рост интереса к технологиям искусственного интеллекта, что может привести к значительным изменениям в структуре работы редакций и повышению эффективности медиапроизводства.

# ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ ТЕМЫ СОХРАНЕНИЯ ТРАДИЦИОННЫХ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ: ВЫЗОВЫ РЕАЛЬНОСТИ

**Л.Р. Сабирова**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, доцент  
E-mail: lysabirova@yandex.ru

**Аннотация:** в условиях глобализации и стремительных социальных изменений традиционные представления о семье подвергаются значительным трансформациям. СМИ играют ключевую роль в формировании общественного мнения и восприятия семейных структур, что нередко приводит к конфликту между устоявшимися ценностями и новыми подходами к семье. В данной статье рассматриваются традиционные семейные ценности и их освещение в современных СМИ республики Татарстан. Автор подчеркивает необходимость критического анализа медиапредставлений о семье и их влияния на общественные установки, а также важность поиска баланса между традицией и современными реалиями.

**Ключевые слова:** традиционные семейные ценности, региональная журналистика, Республика Татарстан, средства массовой информации, общественное мнение, семейные структуры, гендерные роли, вызовы реальности.

## FEATURES OF REGIONAL MEDIA COVERAGE OF THE PRESERVATION OF TRADITIONAL FAMILY VALUES: CHALLENGES OF REALITY

**Abstract:** in the context of globalization and rapid social changes, traditional ideas about the family are undergoing significant transformations. The media play a key role in shaping public opinion and perceptions of family structures, which often leads to conflict between established values and new approaches to the family. This article examines traditional family values and their coverage in the modern media of the Republic of Tatarstan. The author emphasizes the need for a critical analysis of media representations of the family and their impact on social attitudes, as well as the importance of finding a balance between tradition and modern realities.

**Keywords:** traditional family values, regional journalism, the Republic of Tatarstan, mass media, public opinion, family structures, gender roles, challenges of reality.

В условиях цифровизации и глобализации информационного пространства представления о семье, ее традициях и функциях претерпевают существенные изменения. Анализ содержания СМИ республики Татарстан позволяет выявить тенденции, характеризующие трансформацию семейных ценностей, что делает тему исследования особенно актуальной. В последние годы в медиадискурсе усилилось внимание к вопросам государственной семейной политики, демографическим проблемам, а также изменению моделей семейных отношений, что требует научного осмысления и систематизации. Средства массовой информации – это серьезное оружие, которое не только формирует общественное мнение, но и на многое влияет.

Семейные ценности – это совокупность духовных, моральных, и этических норм, регулирующих внутрисемейные отношения и определяющих представления общества о том, что такое «хорошая» и «правильная» семья. Д.А. Леонтьев подчеркивает, что эти ориентиры формируются на уровне как индивидуального, так и коллективного сознания под влиянием семьи, школы, религии, государства и СМИ.

В отечественной научной традиции принято выделять несколько основных категорий семейных ценностей:

- **традиционные** – уважение к старшим, почитание родителей, важность официального брака, многодетность;
- **современные** – равноправие супругов, баланс между работой и семьей, партнерские отношения;
- **либеральные** – личная свобода каждого члена семьи, допустимость гражданского брака, отсутствие жестких гендерных ролей [1].

Глобализация привела к проникновению западных ценностей – свободы выбора в семейных отношениях, отказ от брака и осознанная бездетность (child-free). Данные тренды формируются в том числе через кино, сериалы и социальные сети. Социологи отмечают, что современные СМИ не только отражают существующую картину общества, но и активно влияют на нее, создавая новые модели семейного поведения [2].

Семейные ценности в республике Татарстан продолжают эволюционировать под влиянием социокультурных факторов. Традиционные нормы сохраняют свою значимость, но современные реалии, цифровизация, изменение гендерных ролей и влияние медиакультуры, приводят к формированию новых моделей семейного поведения, что требует анализа медийного контента, поскольку СМИ играют ключевую роль в трансляции и формировании представлений о семье в обществе.

СМИ могут выполнять как отражательную, так и конструирующую функцию, и в контексте семейных ценностей это означает, что образы семьи, которые транслируются в СМИ, постепенно (это не быстрый процесс), начинают восприниматься как «норма».

СМИ формируют поведенческие стереотипы, программируют общественное мнение и популяризируют различные семейные модели. В отличие от развлекательного контента, такие медиа, как новостные агентства, общественно-политическая аналитика и тематические журналы, направлены на формирование долгосрочных ценностных установок в обществе. Например, статья в «Татар-информ» Александра Давыдова, от 9 декабря 2024 года, «Должен быть детсад, школа и дороги»: где многодетные семьи Казани смогут получить землю», в которой рассказывается о мерах поддержки многодетных семей в Татарстане и о том, как они помогают семьям справиться с финансовыми трудностями.

В русскоязычных СМИ Республики Татарстан семейные ценности чаще всего освещаются в контексте проблем в семье и кризиса института брака, что способствует формированию представлений о нестабильности семейных отношений. Аналитические издания активно транслируют идеи демографической политики, в татаро-язычных же СМИ мы наблюдаем много положительных примеров хороших семей, что очень радует.

Например, в материале, опубликованном 2 ноября 2024 года в общественно-политическом издании на татарском языке «Ватаным Татарстан» (<https://vatantat.ru/2024/11/155472/>) нельзя не обратить внимание на выделенные жирным шрифтом предложения, которые раскрывают ценности семьи Таишевых: «Безнең йорт – жылы

бер оя ул» (Наш дом – это теплое гнездышко), «Балачаклары матур үтсен» (Пусть детство проходит счастливо), «Өйдә гел татарча гына сөйләшәбез» (Дома всегда разговариваем на татарском языке). Автор обращает внимание читателей на то, что ребенку с детства необходимо закладывать традиционные нормы и правила поведения в семье. На примере родителей и других родственников ребенок учится, перенимает опыт и модели поведения. Поэтому важно, чтобы эти отношения были здоровыми. Каждая семья индивидуальна. Это проявляется в ее структуре, распределении обязанностей, методов воспитания. Этот проект в газете подчеркивает необходимость создания как можно больше положительных инфоповодов, которые способны воспитывать в людях традиционные семейные ценности.

Представления о семье в СМИ могут как укреплять традиционные ценности, например, через положительные образы семейной жизни, так и разрушать их, например, через критику устаревших норм. Важно проводить критический анализ того, как семья представлена в СМИ, чтобы понимать влияние этих представлений на общественные установки и личные взгляды.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Леонтьев Д.А.* Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции // Современный социо-анализ: сборник работ авторов, получивших гранты Московского отделения Российского научного фонда и Фонда Форда. VI вып. М., 1996. С. 5-23.
2. *Синельников А.Б.* Семья и брак: кризис или модернизация? // Социологический журнал. 2018. № 1. С. 95-113.

## ГРАФИЧЕСКИЕ РЕДАКТОРЫ: СОБИРАНИЕ СЕБЯ

**А.Д. Сабрекова**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, студент  
E-mail: nastsabrekova@gmail.com

**Аннотация:** автором ставится вопрос об уникальности фотомонтажа как вида искусства, что позволяет выйти на целый ряд теоретических проблем: каково соотношение между искусством и обманом, почему человеку хочется «исправить» реальность, и какие потребности он закрывает таким «исправлением». Автор пытается разобраться в механизмах влияния фотомонтажа на сознание людей, что важно и для создания коллажей, и для их анализа.

**Ключевые слова:** фотомонтаж, коллаж, художественное произведение, эстетика, технологии.

## GRAPHIC EDITORS: ASSEMBLING YOURSELF

**Abstract:** the theses raise the question of the uniqueness of photomontage as an art form, that helps us to address a number of theoretical problems: where the border between art and deception passes, why a person wants to «correct» reality, and what needs he covers with such a «correction». The author tries to understand the mechanisms of photomontage influence on people's consciousness, which is important both for creating collages and for analyzing them.

**Keywords:** photomontage, collage, art, aesthetic, technologies.

Человек стремится увеличивать количество красоты в мире, и каждый делает это по-своему. В связи с социальными, культурными и технологическими изменениями общественной жизни меняется и мировоззрение, и мышление людей, которые формируют визуальную реальность. Появляется стремление не просто зафиксировать окружающий мир на фотографии, но и добавить снимку художественности, например, перенять приемы живописи. Безусловно фотомонтаж – это одна из редких возможностей по-новому выразить себя.

Одной из его функций является сотворение особой реальности, не существующей в жизни. С помощью современных технологий

художники изображают то, что нельзя сфотографировать, потому как этого просто нет. Они располагают возможностью сотворить как возможное, так и немислимое, абсолютно невероятное. Во время создания коллажа человек находит отражение своих фантазий в материальном мире, выстраивает собственную реальность. «Приклеивая» избранные вырезанные кусочки, он упорядочивает и систематизирует собственную мировоззренческую картину.

Появление графических редакторов открывает новые возможности для такой деятельности. Создавая художественное произведение в электронном формате, человек всегда имеет возможность сделать «шаг назад», отменить действие, вернуться к источнику и сопоставить новое со старым, причем ему не надо держать в памяти все ходы и повторы этой деятельности. Создавая картину на холсте, «отменить» штрих кисти очень и очень трудно, если вообще возможно. А в графическом редакторе благодаря этой «возвратности» творец может пробовать разные варианты, перемещаться на несколько действий назад, добавлять и скрывать слои для оценки своей работы и сопоставления со своим изначальным замыслом, постепенно приближаясь к идеалу.

Кроме того, компьютерный коллаж освобождён от эффекта аппликации. Поэтому, когда художник запечатлевает и фиксирует свои сны или фантазии, получаются композиции, которые можно назвать альтернативной реальностью. Но будучи очень реалистичным, произведение искусства знает о своей искусственности. Оно не обманывает нас, а даёт знак, что оно не есть жизнь, а есть искусство. Об этом нам напоминает рамка картины, занавес в театре, экран телефона или компьютера.

Методы компьютерного коллажа, а именно техническая возможность мгновенно создать полноценный образ, разделить целое на кусочки, соединить несоединимое, видеть смысл и глубину в простом, не остались в творческих мастерских, а легли в основу одного из типов мышления современного человека – коллажного мышления. Вероятно, это произошло от того объема информации, с которым приходится сталкиваться: сознание не успевает схватить всё и создаёт многослойное калейдоскопическое пространство – мыслящий коллаж, структура которого подвижна.

Человек размышляет о своём будущем, отталкиваясь от тех фрагментов реальности, которые присутствуют в его жизни сейчас. И в его сознании начинает мыслиться и складываться коллаж-мечта, коллаж-идеальный исход от себя зависящих событий, а когда «картинка собралась», останется лишь «подогнать» под неё свою реальность. Именно поэтому можно сказать, что монтаж есть не только вырезание и приклеивание уже подготовленного материала, его «фиксация» в пространстве холста (рефлексия прошлого), но и мыслящийся в сознании коллаж как новый способ существования, который побуждает человека к действию, чтобы он сам превратил возможность в реальность. Например, фотомонтаж открывает перед человеком экзистенциальные возможности его присутствия в мире. Это не план действий, не график продвижений, а просто набросок себя-лучшего, себя-возможного и себя-будущего.

## СПЕЦИФИКА ВЛИЯНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ

**А.Ф. Салахова**

Казанский государственный энергетический университет, студент

E-mail: adelina.salakhova2005@yandex.ru

*Научный руководитель:* Э.Р. Фахрудинова,

Казанский государственный энергетический университет

**Аннотация:** в статье исследуется влияние искусственного интеллекта (ИИ) на культурные ценности, отмечается, как технологии меняют восприятие, сохранение испособы транслирования культурного наследия. Анализируются положительные аспекты применения ИИ, такие как возможность сохранения уязвимых культурных артефактов и расширение доступа к культурному контенту, а также негативные последствия, включая потерю уникальности и риски стандартизации, предлагаются рекомендации по минимизированию негативных последствий и формированию этичных подходов к использованию ИИ в сфере культуры.

**Ключевые слова:** ценности, искусственный интеллект, стандартизация, культура, артефакты, наследие, возможности.

## THE SPECIFICS OF THE INFLUENCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON CULTURAL VALUES

**Abstract:** the article explores the impact of artificial intelligence (AI) on cultural values, noting how technology is changing the perception, preservation and ways of broadcasting cultural heritage. The article analyzes the positive aspects of the use of AI, such as the possibility of preserving vulnerable cultural artifacts and expanding access to cultural content, as well as negative consequences, including loss of uniqueness and risks of standardization, and offers recommendations on minimizing negative consequences and developing ethical approaches to the use of AI in the field of culture.

**Keywords:** values, artificial intelligence, standardization, culture, artifacts, heritage, opportunities.

Искусственный интеллект (ИИ) оказывает значительное влияние на традиционные культурные ценности, открывая новые горизонты и возможности для их сохранения, актуализации и воспроизведения. Одним из ключевых преимуществ является доступность информации. ИИ делает культурные артефакты более открытыми для широкой аудитории. С помощью технологий обработки больших данных пользователям стало легче изучать классические произведения искусства [1]. Это способствует росту интереса к мировому культурному наследию, привлекает молодежь, которая активно использует цифровые устройства в повседневной жизни. Также преимуществом являются технологии, такие как 3D-моделирование и машинное обучение, которые применяются для восстановления разрушенных исторических памятников и артефактов, что позволяет сохранить их для будущих поколений. Кроме того, ИИ может помогать археологам и историкам в расшифровке древних текстов и изображений, позволяя глубже понять культурное наследие разных народов [2].

Однако влияние искусственного интеллекта на традиционные культурные ценности имеет и свои недостатки, которые могут вызывать серьезные опасения. Одной из основных проблем является риск утраты подлинности. При использовании ИИ для восстановления или интерпретации культурных артефактов существует

вероятность, что оригинальные значения и контексты могут быть искажены. Машинное восприятие часто не способно уловить тонкие нюансы и особенности, которые были заложены в традиционные формы искусства, что может привести к созданию поверхностных интерпретаций. Еще одной важной проблемой является зависимость от технологий. В мире, где искусственный интеллект стал важным инструментом, существует риск, что традиционные навыки и умения могут оказаться под угрозой исчезновения. Традиционные народные ремесла могут потерять свою ценность, поскольку технологии начинают выполнять те же функции. Это приводит к утрате уникальности и самобытности культурных практик, которые передавались из поколения в поколение.

Для смягчения и нивелирования негативных последствий использования искусственного интеллекта необходимо активное вовлечение представителей различных культур и профессиональных сообществ в процесс разработки технологий. Это поможет учесть их уникальные ценности и традиции, предотвращая разрушительное воздействие на культурное наследие. Актуальные образовательные программы должны быть ориентированы на повышение осведомленности о возможностях и потенциальных рисках применения ИИ в различных сферах, а также способствовать формированию критического подхода к его использованию [3, 4].

Разработка этических стандартов крайне важна для обеспечения прозрачности и уважения к культурным контекстам. Также следует поддерживать инициативы, направленные на сохранение и популяризацию культурных традиций с помощью ИИ. Регулярные дискуссии и диалоги между разработчиками технологий и экспертами помогут выявить и решить потенциальные проблемы.

Рассмотрим один из примеров влияния искусственного интеллекта на культурные ценности – приложение Artbreeder, позволяющее пользователям изменять изображения с помощью процедур глубокого обучения. Пользователи могут загружать свои работы, алгоритмы ИИ создают новые вариации, основываясь на заданных параметрах. Художники, использующие такие технологии, могут стать зависимыми от этого, теряя уникальность своих работ [5]. Также результаты, генерируемые ИИ, часто основаны на анализе

существующих произведений, что может привести к уменьшению культурного многообразия. Такое влияние ИИ на искусство демонстрирует, как современные технологии могут изменять восприятие художественного процесса и ставить под сомнение традиционные представления о креативности и авторстве [6].

Таким образом, искусственный интеллект сегодня оказывает значительное влияние на культурные ценности, открывая новые возможности для их сохранения и распространения. Однако, наряду с положительными аспектами применения технологий, существуют риски искажения культурной идентичности и утраты уникальности. В этой связи, необходим диалог между технологами и представителями креативных индустрий для разработки этических решений использования ИИ в гуманитарной сфере и сфере искусства. Только такой подход позволит гармонично интегрировать искусственный интеллект в культурную сферу, сохраняя богатство и многообразие культурного наследия.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Замчалова И.Ю.* Искусственный интеллект: риски и перспективы культуры // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2023. № 5. С. 102-110.

2. *Гурьянова А.В., Тимофеев А.В.* Цифровизация как социокультурный феномен // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Философия. 2023. № 1 (63). С. 88-97.

3. *Суворов В.В., Пинчук Ю.С., Фахрудинова Э.Р.* Использование мобильных технологий как дидактических средств на занятиях по истории в среднем профессиональном образовании // Бизнес. Образование. Право. 2022. № 3 (60). С. 413-418.

4. *Кланцатая А.Р., Фахрудинова Э.Р.* Проблема творчества и искусственного интеллекта в пространстве медицины // Философия инноваций и социология будущего в пространстве культуры: научный диалог. Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Уфа, 2020. С. 168-173.

5. *Якушев П.А.* Проблемы использования систем искусственного интеллекта в семейных отношениях в контексте традиционных

ценностей // Право интеллектуальной собственности. 2019. № 1. С. 33-37.

6. Крылова М.Н. Вопрос о соотношении традиционных и новационных элементов в культуре и его решение в современном научном пространстве // Гуманитарный вестник Донского государственного аграрного университета. 2023. № 3. С. 17-23.

## ПРОБЛЕМАТИКА ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА (ИИ) И ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКЕ МЕДИА И ЧЕРТАХ БРЕНДА ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

**П.Ю. Самойленко**

Дальневосточный федеральный университет, доцент

E-mail: samoylenko.pyu@dvfu.ru

**Аннотация:** в статье рассматривается проблема использования в информационной повестке медиа и чертах бренда города Владивостока темы искусственного интеллекта (ИИ) и высоких технологий. В настоящее время на российском Дальнем Востоке реализуется политика «Восточного вектора», предусматривающая активное развитие сотрудничества с передовыми экономиками Азиатско-Тихоокеанского региона. Соответственно, проблематика искусственного интеллекта и высоких технологий становится все более значимой, и повышает конкурентоспособность региона, является предметом общественного обсуждения. Значимость данного аспекта в ближайшие годы будет только возрастать.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект (ИИ), средства массовой информации, технологии, Дальний Восток России, Владивосток, бренд территории.

## PROBLEMS OF AI AND HIGH TECHNOLOGIES IN THE INFORMATION AGENDA OF MEDIA AND FEATURES OF THE BRAND OF THE CITY OF VLADIVOSTOK

**Abstract:** the article examines the problem of using the topic of Artificial Intelligence (AI) and high technologies in the information agenda of the media and the features of the brand of the city of Vladivostok. Currently,

the policy of the “Eastern Vector” is being implemented in the Russian Far East, which provides for the active development of cooperation with the advanced economies of the Asia-Pacific region. Accordingly, the problem of artificial intelligence and high technologies is becoming increasingly important, and increases the competitiveness of the region, is a subject of public discussion. The significance of this aspect will only increase in the coming years.

**Keywords:** artificial intelligence (AI), mass media, technology, Russian Far East, Vladivostok, territorial brand.

Проблематика использования искусственного интеллекта (ИИ) во всех отраслях экономики, процессах управления и образовательной деятельности становится все более актуальной [1, с. 67]. Соответственно, растет запрос на отражение указанной проблематики в информационной повестке, в том числе в деятельности медиа [2, С. 255], формировании широкого общественного диалога, отражающего все аспекты внедрения подобных технологий в жизнь современного общества. В ближайшем будущем актуальность указанных вопросов будет только расти.

Говоря о современном российском Дальнем Востоке, и в особенности о его административном центре и крупнейшей в регионе агломерации – Владивостоке, необходимо прямо отметить важность подобной тематики в материалах средств массовой информации и социальных медиа, поскольку она напрямую связана с вопросами развития региона и жизни местного населения [3, с. 97; 4, с.39]. В настоящее время на Дальнем Востоке России реализуется так называемая политика «Восточного вектора / Разворота на Восток», которая предполагает активное развитие сотрудничество с передовыми экономиками Азиатско-тихоокеанского региона, привлечение в регион туристов и иностранных инвестиций. Соответственно, активное отражение в информационной медиа-повестке вопросов внедрения ИИ становится актуальной задачей, влияющей на бренд территории и международное восприятие Владивостока, да и региона в целом.

Для развития региона наиболее важными являются следующие тематические аспекты и смыслы освещения проблематики ИИ в медиа:

– Развитие экономики Дальнего Востока и ее «флагманских» отраслей – транспорта и логистики, международной и приграничной торговли, строительства, туризма и сервисного бизнеса – в современных условиях без применения ИИ практически затруднено и будет означать неизбежное отставание от конкурентов в будущем;

– Проблематика ИИ в экономике и сфере управления уже становится важным аспектом в медиа-повестке [5, с. 655], в том числе в привязке к различным международным деловым мероприятиям, к примеру, таким как ежегодный Восточный экономический форум (ВЭФ);

– ИИ становится предметом научных и практических разработок на «стыке» дальневосточной науки, образования и бизнеса, поэтому общественное обсуждение становится все более важным и несет актуальное значение, выявляя запросы общества и других сфер на подобные технологии и их широкое применение;

– Научные и образовательные центры региона, такие как, к примеру, Дальневосточный федеральный университет (ДФУ), Институт автоматизации и процессов управления (ИАПУ) ДВО РАН все более активно включаются в работу над такой тематикой, соответственно, ход и результаты такой работы тоже могут становиться достоянием гласности через медиа региона;

– Внедрение ИИ, как и любых других современных технологий, нуждается в популяризации с точки зрения прежде всего их грамотного и ответственного применения, воспитания сознательного подхода у любых категорий пользователей.

Практика развития крупных восточно-азиатских мегаполисов, являющихся центрами международного сотрудничества, таких как Шэньчжэнь, Шанхай, Куала-Лумпур, Сеул, Пусан, Сингапур, Гонконг и ряда других, показывает, что использование ИИ в различных сферах очень быстро становится конкурентным преимуществом, повышает известность территории в целом, резко увеличивает интерес к подобной локации. Соответственно, формирование в повестке региональных медиа устойчивого информационного освещения проблематики искусственного интеллекта будет важным ресурсом формирования международного бренда региона и его центра – Владивостока [6, С. 170]. К наиболее перспективным темам внедрения ИИ, по мнению автора, следует отнести следующие:

- Развитие в регионе новых форматов бизнеса, использующего возможности ИИ, и имеющего в том числе экспортный потенциал;
- Использование ИИ в вопросах международного и регионального сотрудничества;
- Применение ИИ в части социального развития территории региона, повышения качества жизни и привлекательности Владивостока как туристической локации и постоянного места жительства.

Практическое отражение вопросов ИИ в повестке региональных медиа на практике будет зависеть от многих факторов, а также активности медиа-отрасли.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Аракишвили Е.Д., Добровольская Е.Р., Сомкина В.О., Супрякова Е.И.* Искусственный интеллект в социальных медиа // В сборнике: Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Материалы 1-й Международной научно-практической конференции. 2017. С. 64-69.

2. *Кирдяева Д.Н.* Развитие и применение искусственного интеллекта в российских медиа // В сборнике: Актуальные проблемы филологии и журналистики. Сборник научных трудов. Саранск, 2024. С. 253-258.

3. Кто вы? Акулы пера или дятлы клавиатуры? // Учебное пособие / В.Л. Агапов, К.В. Барина, Л.А. Васильева, П.Ю. Самойленко, И.С. Гладкова, Л.Ю. Григорьева, Р.А. Захаркин, Л.Е. Кириллова, Т.Д. Лыкова, Е.Ю. Олейникова, Т.В. Прудкогляд, Л.И. Распутная., Е.В. Федорова. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2020. 134 с.

4. *Мищенко Е.В., Шишлянникова Д.А.* К вопросу о типовых ошибках реализации стратегий управления социальными медиа с использованием технологий искусственного интеллекта // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 4. С. 34-41.

5. *Рубцова Н.В.* Промоушн в цифровой среде: основные тренды развития интернет-рекламы в России // Естественно-гуманитарные исследования. 2023. № 6 (50). С. 652-655.

6. *Самойленко П.Ю.* Проблемы имиджевого позиционирования и информационного продвижения экономического и гуманитарного сотрудничества Дальнего Востока России со странами Юго-Восточной Азии // *Известия Восточного института.* 2023. № 3. С. 162-172.

## **НЕЙРОТЕХНОЛОГИИ И ГРАНИЦЫ СОЗНАНИЯ: КАК ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ НАУЧИТСЯ ЗАПИСЫВАТЬ И РАСШИФРОВЫВАТЬ СНОВИДЕНИЯ**

**Т.В. Шафир**

преподаватель кафедры коммуникационных технологий,  
Московский государственный лингвистический университет,  
преподаватель

E-mail: tim.shafir@yandex.ru

**Аннотация:** статья посвящена перспективам и вызовам, связанным с разработкой технологии записи и воспроизведения сновидений. Рассматриваются последние достижения в области нейронаук и искусственного интеллекта, которые позволяют частично реконструировать зрительные образы из активности мозга. Описаны ключевые элементы будущих устройств для записи снов, включая нейрокортикальные интерфейсы, алгоритмы машинного обучения и методы сканирования мозга. Обсуждаются потенциальные применения технологии в медицине, психологии, образовании и развлечениях, а также поднимаются вопросы этики, конфиденциальности и психологических рисков. Статья подчёркивает, что, несмотря на значительный прогресс, перед внедрением таких технологий предстоит решить множество технических и социальных проблем.

**Ключевые слова:** запись сновидений, нейронауки, искусственный интеллект, нейрокортикальные интерфейсы, машинное обучение, этика технологий, психологические риски.

## **NEUROTECHNOLOGY AND THE LIMITS OF CONSCIOUSNESS: HOW ARTIFICIAL INTELLIGENCE WILL LEARN TO RECORD AND DECIPHER DREAMS**

**Abstract:** the article explores the prospects and challenges associated with the development of technology for recording and reproducing dreams.

It highlights recent advancements in neuroscience and artificial intelligence that enable partial reconstruction of visual images from brain activity. Key components of future dream-recording devices are discussed, including neurocortical interfaces, machine learning algorithms, and brain scanning methods. The potential applications of this technology in medicine, psychology, education, and entertainment are examined, alongside ethical, privacy, and psychological concerns. The article emphasizes that, despite significant progress, numerous technical and social issues must be addressed before such technologies can be widely implemented.

**Keywords:** dream recording, neuroscience, artificial intelligence, neurocortical interfaces, machine learning, technology ethics, psychological risks.

*Можно ли записать сон?* Сны – одно из последних непознанных явлений человеческого сознания. Мы можем измерять активность мозга, исследовать влияние сна на память и здоровье, но то, что именно происходит в голове спящего, до сих пор остаётся загадкой. Однако последние научные достижения в области нейронаук и искусственного интеллекта уже позволяют заглянуть за завесу подсознания.

В недавнем прошлом учёные смогли частично реконструировать зрительные образы из мозга человека, используя машинное обучение и сканирование активности нейронов. Это означает, что мы стоим на пороге создания технологии, способной не только записывать, но и воспроизводить сновидения.

Представьте себе устройство, которое сможет визуализировать ваши сны, расшифровать их смысл и даже предсказывать, что вам приснится следующей ночью. Такое устройство изменит представление о психологии, медицине и развлечениях.

Но насколько реальна эта технология? Что уже сделано в этой области и какие препятствия ещё предстоит преодолеть?

*Как учёные учатся читать мысли.* Современные исследования показывают, что мысли, воспоминания и сны оставляют характерный след в активности мозга. Учёные уже научились расшифровывать эти сигналы и интерпретировать их.

В 2017 году команда японских исследователей из Университета Киото использовала функциональную магнитно-резонансную

томографию (fMRI) в сочетании с алгоритмами машинного обучения, чтобы предсказать, какие изображения видит человек во сне. Их алгоритм анализировал активность зрительной коры мозга и смог с высокой точностью определить, какие объекты снились участникам эксперимента [1].

Другие исследования, такие как работа специалистов Калифорнийского университета в Беркли, показали, что с помощью искусственного интеллекта можно реконструировать видеоряды, возникающие в сознании человека. В их эксперименте добровольцы смотрели фильмы, пока учёные фиксировали активность их мозга. Затем нейросеть воспроизвела увиденные сцены, основываясь исключительно на данных fMRI [2].

Эти работы подтверждают, что мысли и образы, возникающие в сознании, могут быть преобразованы в цифровые данные. Следующий шаг – создать устройство, способное делать это в реальном времени.

*Как может работать прибор для записи сновидений.* Будущая технология визуализации сновидений, скорее всего, будет сочетать несколько ключевых элементов:

Нейрокортикальные интерфейсы – миниатюрные датчики, регистрирующие активность мозга и передающие данные в компьютер. Современные интерфейсы «мозг-компьютер» (BCI) уже позволяют парализованным людям управлять протезами силой мысли. Аналогичные технологии могут быть адаптированы для записи сновидений [3].

Алгоритмы машинного обучения – искусственный интеллект, обученный анализировать мозговые волны и восстанавливать изображения. Нейросети могут сопоставлять паттерны активности мозга с базами данных видеоматериалов, чтобы реконструировать сны.

Электроэнцефалография (EEG) и функциональная МРТ – методы измерения активности мозга, которые позволяют фиксировать сновидения с максимальной детализацией. Уже сейчас EEG широко применяется для диагностики фаз сна и расстройств сознания [4].

*Почему такой прибор изменит мир.* Создание устройства для записи снов откроет революционные возможности:

Новая эра психологии и медицины. Психотерапевты смогут работать с реальными записями сновидений пациентов, а не с их субъективными рассказами. Это поможет в лечении посттравматического стрессового расстройства (ПТСР), депрессии и тревожных расстройств.

Образование и саморазвитие. Люди смогут анализировать свои сны, лучше понимать себя и даже управлять содержанием своих ночных видений.

Нейрокинематограф. Запись снов приведёт к появлению нового жанра искусства: персонализированных фильмов, созданных бессознательным.

Развлечения и коммерция. Представьте сервис, где пользователи смогут делиться своими снами, создавать их архивы или даже делегировать компьютеру задачу «синтезировать» новый сон на основе предпочтений.

Психоневрологические исследования. Анализ сновидений поможет лучше понять механизмы памяти, обучения и работы подсознания.

*Какие проблемы ещё предстоит решить.* Несмотря на достижения науки, существуют серьёзные препятствия, которые предстоит преодолеть, прежде чем запись снов станет реальностью:

Разрешающая способность технологий. Современные fMRI и EEG фиксируют активность мозга с недостаточной детализацией. Для полной реконструкции сновидений потребуются более точные сенсоры.

Этические вопросы. Кто будет владеть записями снов? Можно ли будет редактировать их? Насколько безопасно открывать доступ к самому сокровенному – бессознательному?

Объём данных. Мозг генерирует огромные массивы информации. Ещё предстоит разработать алгоритмы эффективного хранения и обработки таких данных.

*Когда это станет реальностью?* Уже сейчас существуют прототипы устройств, позволяющих частично расшифровывать мысленные образы. С учётом темпов развития искусственного интеллекта и нейроинтерфейсов можно предположить, что первые

потребительские версии приборов для записи снов появятся в течение 10–20 лет.

Компании, занимающиеся разработками в области BCI, такие как Neuralink Илона Маска, уже ведут работы над технологиями, способными взаимодействовать с человеческим мозгом напрямую. Исследования в области генеративных нейросетей (таких как Stable Diffusion) позволяют предположить, что в будущем подобные алгоритмы смогут реконструировать не только изображения, но и целые истории, создаваемые сознанием во сне [5].

*Вызовы и опасности: что нас ждёт на пути к технологии записи снов?* Развитие любой передовой технологии неизменно сопровождается не только захватывающими перспективами, но и серьёзными вызовами. Возможность записывать и интерпретировать сновидения звучит как научная революция, но насколько мы готовы к её последствиям? Ниже рассмотрены ключевые технические, этические и психологические барьеры, с которыми человечество столкнётся на пути к созданию такого устройства.

*1. Ограничения современных технологий.* Несмотря на значительный прогресс в нейронауках и искусственном интеллекте, мы всё ещё далеки от полного понимания работы мозга. Основные технические препятствия на пути к записи и воспроизведению сновидений включают:

Недостаточное разрешение сенсоров. Современные методы сканирования мозга (fMRI, EEG) фиксируют активность нейронов с ограниченной точностью. Даже самые передовые устройства могут интерпретировать лишь общие паттерны активности, но не детализированные образы. Для полноценного воспроизведения снов потребуется разработка более точных нейроинтерфейсов.

Объём и сложность данных. Человеческий мозг генерирует колоссальные объёмы информации. В секунду он производит порядка одного петабайта данных — больше, чем крупнейшие дата-центры. Обработка, хранение и анализ таких массивов требуют прорывных решений в области вычислительной мощности и алгоритмов искусственного интеллекта.

Индивидуальность сновидений. Каждый человек видит сны по-разному, и мозговая активность, связанная с одними и теми же

образами, может варьироваться. Для универсальной интерпретации снов нужны персонализированные модели машинного обучения, адаптированные под конкретного пользователя.

*2. Этика и конфиденциальность: кому принадлежат наши сны?*  
С развитием технологии неизбежно встает вопрос: если сны можно записывать, кто будет иметь к ним доступ?

Проблема приватности. Сон – это последняя нерушимая крепость личного пространства. Мы можем скрывать свои мысли и эмоции от окружающих, но, если технология записи снов станет реальностью, исчезнет ли граница между личным и публичным? Будут ли наши ночные переживания защищены так же, как медицинские данные?

Манипуляция и контроль. Если машина может расшифровать сны, может ли она их изменять? Возможность программируемых сновидений открывает захватывающие перспективы, но также и угрозы. Например, потенциальные злоумышленники могли бы использовать сны для внедрения информации в подсознание человека, влияя на его поведение.

Юридическая неопределённость. Современное законодательство не содержит норм, регулирующих использование нейротехнологий для записи субъективного опыта. Кто будет отвечать за утечку «файлов сновидений»? Можно ли будет использовать такие записи в суде, например, как доказательства?

Коммерциализация сознания. В век цифровых технологий личные данные стали новым «золотом». Если сны можно записывать, появятся ли компании, торгующие чужими снами? Можно ли будет «подписаться» на сны знаменитостей или заказывать осознанные сновидения как новый вид контента?

*3. Психологические риски: готовы ли мы к встрече с собой?*  
Сновидения – это не только хаотичные истории, но и зеркало подсознания. Запись снов может привести к неожиданным психологическим последствиям:

Осознание тёмных сторон личности. Не все сны приятны, и возможность их просмотра может стать настоящим шоком. Мы вытесняем из сознания страхи, тревоги и подавленные желания, но технология записи снов вынудит нас столкнуться с ними лицом к лицу.

Опасность зависимости. Если люди смогут «перепроживать» сны, появится ли новая форма зависимости? Некоторые пользователи могут предпочесть виртуальные сны реальной жизни, проводя больше времени в сновидениях, чем в бодрствующем состоянии.

Изменение восприятия реальности. Размывание границы между сном и реальностью может привести к психологическим расстройствам, особенно у людей с предрасположенностью к диссоциативным состояниям.

*Заключение: идти дальше, но с осторожностью.* Как и любая революционная технология, устройства для записи снов требуют ответственного подхода. Они открывают невероятные возможности для медицины, психологии, искусства и самопознания, но также несут в себе угрозы, о которых нельзя забывать.

Будущее подобных технологий зависит не только от учёных и инженеров, но и от общества в целом. Как далеко мы готовы зайти в исследовании разума? Готовы ли мы открыть самую потаённую дверь нашего сознания – и что мы там найдём?

Ответы на эти вопросы будут определять развитие технологий в ближайшие десятилетия.

*Вывод: новая эра самопознания или новая зона риска?* Технологии, способные записывать и интерпретировать сновидения, находятся на стыке нейронаук, искусственного интеллекта и философии сознания. Их появление неизбежно изменит наше понимание психики, творчества, восприятия реальности и даже самого определения личности.

С одной стороны, они могут стать мощным инструментом для медицины, помогая лечить психические расстройства, расшифровывать бессознательные переживания и даже диагностировать неврологические заболевания на ранних стадиях. Возможность осознанного управления снами может открыть новые горизонты в психотерапии, обучении, искусстве и саморазвитии.

С другой стороны, такие технологии несут в себе огромные риски: утрату конфиденциальности, возможные манипуляции сознанием, правовые и этические вопросы, связанные с владением и коммерциализацией сновидений. Если сегодня предметом торговли являются персональные данные пользователей в сети, то завтра

в цифровом пространстве могут оказаться самые личные и уязвимые уголки нашего разума.

Не менее важен и психологический аспект. Мы готовы фиксировать свои сны, но готовы ли мы их видеть? Готовы ли мы узнать то, что тщательно скрывает наше подсознание? Как повлияет на человека возможность проживать свои сновидения снова и снова?

Перед человечеством стоит сложный выбор: принять новую технологию как инструмент познания или оградить себя от возможных опасностей. Единственное, что можно сказать наверняка – этот вопрос вскоре перестанет быть гипотетическим. Прорывы в нейронауках и искусственном интеллекте делают появление таких устройств неизбежным.

Будущее технологий визуализации сновидений будет зависеть не только от учёных, но и от общества. Насколько этично их применение? Кто будет контролировать доступ к данным? Где проходит граница между научным прогрессом и вторжением в личное пространство?

Мы стоим на пороге новой эры, в которой тайны разума больше не будут принадлежать только нам. Вопрос в том, готовы ли мы открыть эту дверь – и что найдём по ту сторону.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Horikawa, T., Tamaki, M., Miyawaki, Y., & Kamitani, Y. (2013). Neural Decoding of Visual Imagery During Sleep. *Science*, 340(6132), 639–642.
2. Nishimoto, S., Vu, A. T., Naselaris, T., Benjamini, Y., Yu, B., & Gallant, J. L. (2011). Reconstructing Visual Experiences from Brain Activity Evoked by Natural Movies. *Current Biology*, 21(19), 1641–1646.
3. Wolpaw, J. R., & Wolpaw, E. W. (2012). *Brain-Computer Interfaces: Principles and Practice*. Oxford University Press.
4. Buzsáki, G. (2006). *Rhythms of the Brain*. Oxford University Press.
5. Schirrmester, R. T., Springenberg, J. T., Fiederer, L. D. J., et al. (2017). Deep learning with convolutional neural networks for EEG decoding and brain-computer interfacing. *Frontiers in Human Neuroscience*, 11-46.

## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЖУРНАЛИСТИКЕ: РИСКИ И УГРОЗЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

**В.В. Тулупов**

Воронежский государственный университет,

декан факультета журналистики

E-mail: vlvtul@mail.ru

**Аннотация:** в статье рассматриваются возможности искусственного интеллекта, уже взятые на вооружение журналистами, а также угрозы и риски, которые несет ИИ, в том числе в образовательном процессе.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, журналистика, риски и угрозы, регламент, высшее образование.

### ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM: RISKS AND THREATS OF USING

**Abstract:** the article examines the possibilities of artificial intelligence, which have already been adopted by journalists, as well as the threats and risks posed by AI, including in the educational process.

**Keywords:** artificial intelligence, journalism, risks and threats, regulations, higher education.

Искусственный интеллект (ИИ), воспринимаемый как будущий лидер по применению новаций в массмедиа в силу постоянно растущего объема контента, уже стал достаточно активным субъектом конкуренции в средствах массовой информации, и эксперты утверждают, что российская медиасистема имеет высокий потенциал развития ИИ-инноваций, роботизации СМИ и медиакоммуникаций. Уже сегодня ИИ упрощает или заменяет рутинные операции редакционных систем и работников медиа (генерация хроникальных заметок; подбор бэкграундов, справочной информации; распознавание речи для расшифровок, переводов, транскриптов, титров; распознавание образов и компьютерное зрение для подбора иллюстраций; осуществление верификации, фактчекинга и др.), производит более сложные операции (автоматический поиск и подбор информационных поводов с классификаци-

ей их по значимости; генерация персонализированного контента с ориентацией на разные целевые аудитории; прогноз восприятия публикации; подбор публикаций для конкретного представителя аудитории) [1]. Новостные агентства используют алгоритмы для создания историй, основанных на статистике и числовых данных, спортивных обзоров, прогнозов погоды и др. [2].

Помимо создания оригинальных текстов (копирайтинг), в современных редакциях СМИ активно занимаются также рерайтингом. При этом используются, например, такие ИИ-ресурсы, как GigaChat, Yuki Witch (чат-бот в Telegram работает на основе ChatGPT) и YaGPT2, которые являются русскоязычными и бесплатными по доступу [3]. Уже есть системы, при помощи которых структурируются тексты, проводятся исследования контента, оперативно обобщаются огромные объемы информации, даже придумываются заголовки.

Редакционный менеджмент разрабатывает политику безопасности, для реализации которой заказываются интеллектуальные системы, помогающие в подборе высококвалифицированных сотрудников, хорошо владеющих вопросами обеспечения информационной безопасности, обучающих корреспондентов и контролирующих их пользование информационными ресурсами организации.

Одной из первых опасностей использования нейросетей в современной журналистике является применение фейков и дипфейков. Как считает преподаватель ВШЭ, доцент, руководитель трека «Журналистика данных» А.В. Новичков, «анализируя без разбора массивы текстов в интернете, искусственный интеллект сталкивается с контентом активного большинства. Как результат – за достоверные данные вполне могут быть выданы стереотипы, массовые теории или слухи». По подсчетам аналитиков Университета Балтимора, ежегодно ложный контент наносит мировой экономике ущерб в 78 млрд долларов [4].

ИИ используется при генерации эффективных пропагандистских материалов. «Вы можете даже не знать, что на вас оказывают влияние», – говорит Мор Нааман, профессор кафедры информатики Корнельского университета. Он называет это явление «скрытым

убеждением». При этом, отмечает Тацунори Хашимото, доцент кафедры информатики из Института искусственного интеллекта в Стэнфордском университете, алгоритмы искусственного интеллекта, такие как *ChatGPT*, не имеют убеждений, но они отражают мнения, полученные в результате обучения, и эти мнения можно подгонять под нужный результат. Далее действует «мыслевирус» [5]. В Венесуэле оппозиционные стратеги для медийного манипулирования создали виртуальных ведущих новостей *Bestie* и *Buddy*, чтобы публиковать в социальных сетях репортажи, критикующие правительство. Наличие виртуального аватара позволяет им говорить практически все что угодно, избегая юридической ответственности.

***В странах Евросоюза вступили в силу первые требования Регламента об искусственном интеллекте. Он был принят Европейским парламентом 13 марта 2024 г. и одобрен Советом ЕС 21 мая 2024 г. Он регулирует использование искусственного интеллекта (ИИ) и его взаимодействие с людьми, начиная с потребительских приложений и заканчивая физическими средами*** [6].

Регламент запрещает ИИ-системы, представляющие «неприемлемый риск» для общества. Согласно документу, существует четыре уровня риска: минимальный, например спам-фильтры электронной почты, не будет подлежать контролю со стороны регулятора; ограниченный, включающий чат-боты для обслуживания клиентов, будет подлежать контролю; высокий, например ИИ для рекомендаций в области здравоохранения, будет подлежать жесткому контролю; неприемлемый – такие приложения будут полностью запрещены.

К числу неприемлемых видов деятельности относятся ИИ-приложения, используемые для социального скоринга (например, создание профилей риска на основе поведения человека); манипулирующие решениями человека подсознательно или обманным путем; использующие такие уязвимые места, как возраст, ограниченные возможности или социально-экономический статус человека; собирающие биометрические данные в реальном времени в общественных местах в целях обеспечения правопорядка; создающие или расширяющие базы данных распознавания и др.

Угрозы некорректного использования ИИ очевидны: в автоматизированных историях часто возникает путаница в отношении того, кого следует считать автором; у населения возрастают сомнения в достоверности автоматических новостей, чувство объективности устраняется; автоматизация может приводить к потере работы для журналистов – специалистов, профессионалов. Хотя традиционная классическая журналистика уже использует ИИ как вспомогательный инструмент, говорить о том, что она может быть полностью заменена автоматизированной журналистикой, также известной как алгоритмическая журналистика или роботизированная журналистика, неверно и неконструктивно.

В связи с распространением ИИ в различных социальных сферах возникла педагогическая проблема. С одной стороны, ИИ предоставляет возможность дополнить и улучшить практику преподавания (быстрая обратная связь о качестве письменных работ обучающихся перед сдачей преподавателю; адаптация учебного процесса под индивидуальные потребности обучающихся; использование видеокамер, компьютерного зрения и датчиков для сбора информации о взаимодействии студентов и преподавателей, и выявления закономерностей [7]). С другой стороны, очевидна опасность, что обучающиеся приобретут зависимость от алгоритмических решений, потеряют контроль над своими собственными мыслительными процессами.

Так чему же и как учить, например, студентов-журналистов? Думается, во-первых, необходима разработка продуманной учебной программы, учитывающей специфику образовательных программ данных направлений. Во-вторых, крайне важен кадровый вопрос, т.е. подбор преподавателей, способных реализовать различные РПД образовательных программ. В-третьих, необходимо укреплять факультетские компьютерные базы соответствующим программным обеспечением. И скорее всего, перечисленное следует производить в рамках классических университетов на межфакультетской основе.

При этом следует подходить к использованию нейросетей в процессе обучения с известной осторожностью, ведь, например, по мнению того же А. В. Новичкова, «с одной стороны, открытый до-

ступ к знаниям дает свободу образования. С другой – возможность без труда решить любую задачу негативно влияет на освоение материала. Человеку нужны трудности, чтобы крепче усвоить уроки. Легкий доступ к любому факту или быстрая генерация контента обесценивает процесс обучения и лишает мозг тренировки» [8].

## ЛИТЕРАТУРА

1. Искусственный интеллект в медиа и коммуникациях. Практики российского медиабизнеса. URL: <https://ict.moscow/research/iskusstvennyi-intellekt-v-media-i-kommunikatsiikh-praktiki-rossiiskogo-mediabiznesa/> (дата обращения 16.10.24).

2. Автоматизированная журналистика. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Автоматизированная\\_журналистика](https://ru.wikipedia.org/wiki/Автоматизированная_журналистика) (дата обращения 16.10.24).

3. *Тюрина Е.В.* Проблемы использования искусственного интеллекта в новостной рерайт-журналистике // Коммуникация в современном мире. Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью 24 мая 2024 г. Воронеж, 2024. С. 44-45.

4. Фейковые новости наносят мировой экономике ущерб в \$78 млрд ежегодно. URL: <https://www.iksmedia.ru/news/5632322-Fejkovye-novosti-nanosyat-mirovoj.html> (дата обращения 16.10.24).

5. Искусственный интеллект может скрыто изменять убеждения людей. URL: <https://psyfactor.org/news/ai-propaganda.htm> (дата обращения 16.10.24).

6. Регламент Европейского Союза об искусственном интеллекте, АНО «Цифровая экономика». URL: <https://ai.gov.ru/knowledgebase/dokumenty-po-razvitiyu-ii-v-drugikh-stranakh/2024-reglament-evropeyskogo-soyuza-ob-iskusstvennom-intellekte-ano-cifrovaya-ekonomika/> (дата обращения 20.02.25).

7. *Ларина Е., Овчинский В.* ИИ наступает, возможности и риски нарастают. URL: [https://zavtra.ru/blogs/ii\\_nastupaet\\_vozmozhnosti\\_i\\_riski\\_narastayut](https://zavtra.ru/blogs/ii_nastupaet_vozmozhnosti_i_riski_narastayut) (дата обращения 20.02.25).

8. Кириллова Д. Нейросети и журналистика: перспективы-опасности-прогнозы. URL: <https://www.hse.ru/ba/media/news/817504898.html> (дата обращения 16.10.24).

## ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ДАННЫХ КАК ФОРМАТ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В КНР (НА ПРИМЕРЕ МЕДИАПЛАТФОРМЫ SCIEXPLOLER)

У Сяохун

Казанский (Приволжский) федеральный университет, аспирант

E-mail: xiaohongwu@yandex.ru

*Научный руководитель:* Р.П. Баканов,

Казанский (Приволжский) федеральный университет

**Аннотация:** в эпоху информационной перегрузки научно-популярная журналистика сталкивается с вызовом эффективной передачи сложных знаний широкой аудитории. Визуализация данных, сочетающая точность науки и эстетику медиа, становится ключевым инструментом для решения этой задачи. В Китае, где государство активно продвигает стратегию «научно-технической державы», платформы вроде «SciExplorer» демонстрируют, как технологии анализа данных могут трансформировать научную коммуникацию.

**Ключевые слова:** визуализация данных, научная коммуникация, платформа sciExplorer, стратегия «научно-технической державы», информационная этика.

## DATA VISUALIZATION AS A FORMAT FOR POPULAR SCIENCE JOURNALISM IN CHINA (ON THE EXAMPLE OF SCIEXPLOLER MEDIA PLATFORM)

**Abstract:** in an era of information overload, popular science journalism faces the challenge of effectively communicating complex knowledge to a wide audience. Data visualization, which combines the precision of science with the aesthetics of media, is becoming a key tool to meet this challenge. In China, where the government is actively promoting a “science and technology powerhouse” strategy, platforms like SciExplorer demonstrate how data analytics technologies can transform science communication.

**Keywords:** data visualization, science communication, SciExplorer platform, science and technology power strategy, information ethics.

*SciExplorer* – это открытая платформа визуализации научных данных, разработанная «Институтом научно-технической информации Китайской академии наук» (ISTIC). Ее цель – преобразовывать многомерные научные данные (например, публикации, патентные базы, метрики цитирования) в интерактивные графики, карты и диаграммы, делая сложные исследования доступными для непрофессиональной аудитории [1]. Ключевыми особенностями платформы являются возможность выявления глобальных исследовательских тенденций с помощью временных рядов и кластеризации данных. Например, визуализируйте рост числа публикаций по искусственному интеллекту за последнее десятилетие. Карта, показывающая распределение исследовательских институтов или международных коллабораций на основе геопространственного картирования. Высокая интерактивность, позволяющая пользователям фильтровать данные, углубляясь в конкретные области, что особенно полезно для журналистов, которые могут основывать свои материалы на результатах текущих исследований [2]. Эти инструменты не только упрощают восприятие информации, но и позволяют СМИ создавать динамичные истории, подкрепленные статистикой.

Визуализация данных играет важную роль как мощный инструмент в научной журналистике по следующим направлениям:

1. *Повышение доступности.* Человеческий мозг способен обрабатывать изображения в шестьдесят тысяч раз быстрее, чем текст. *SciExplorer* использует тепловые карты, чтобы показать научную активность, или сетевые диаграммы, чтобы показать сотрудничество, помогая аудитории мгновенно понять суть исследований, не увязая в технических деталях.

2. *Усиление повествования.* Визуализации преобразуют абстрактные данные в эмоциональные образы. Например, инфографика об изменении климата, основанная на публикации *SciExplorer*, может показать корреляцию между выбросами углекислого газа и температурой, усиливая экологическую повестку дня.

3. *Поддержка научной дипломатии.* Китай активно использует методы визуализации для демонстрации своих достижений. Например, карты международных железнодорожных маршрутов (таких как новая грузовая линия Китай-Казахстан) или диаграммы патентной активности в области искусственного интеллекта подкрепляют технологическое лидерство Китая.

Несмотря на преимущества, визуализация данных требует осторожности: неправильный выбор масштаба или цветовой палитры может исказить восприятие. Например, сравнение роста ВВП Китая и США на графике с прерывистой осью Y способно создать ложное впечатление. Часть информации на *SciExplorer* ограничена из-за политики открытости научных ресурсов. Так, доступ к полным текстам статей часто требует подписки, что усложняет работу журналистов. Разработчики платформы стремятся минимизировать эти проблемы через «стандартизацию визуальных форматов» и сотрудничество с международными платформами вроде *PubScholar*, которая агрегирует открытые академические ресурсы [3].

Поскольку технологии продолжают развиваться, применение визуализации данных в научной журналистике является многообещающим. Интеграция алгоритмов искусственного интеллекта в платформу *SciExplorer* позволяет ей автоматически генерировать истории из огромных массивов данных [4]. Чтобы удовлетворить потребности различных аудиторий, будущие визуализации в научной журналистике могут быть более персонализированными (например, упрощенные диаграммы для школьников и подробные отчеты для ученых). Геймификация также может быть внедрена в визуализацию научных новостей путем разработки интерактивных заданий и визуальных головоломок, которые позволят пользователям «открывать» научные результаты через участие.

Платформа *SciExplorer* как ресурс для визуализации данных превращает науку из элитарного знания в общедоступный нарратив. Для КНР, где популяризация науки является частью национальной стратегии, такие платформы – не просто инструменты, но и мосты между лабораториями и обществом. Однако успех этого формата зависит от баланса между технологическими возможностями, этической ответственностью и креативностью журналистов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. National communication center for science and technology: Специальная сессия по научно-технической литературе, посвященная крупнейшим научно-техническим достижениям. [Электронный ресурс]. URL: [https://cccst.org.cn/zdkjcjfbh/art/2025/art\\_718a197fd5fc4832bbd4c1b1e4c5f4fe.html](https://cccst.org.cn/zdkjcjfbh/art/2025/art_718a197fd5fc4832bbd4c1b1e4c5f4fe.html) (дата обращения: 28.03.2025, режим доступа – свободный).

2. Knowledge Service Platform for Chinese Academy of Sciences. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.las.ac.cn/?InformationID=6109> (дата обращения: 28.03.2025, режим доступа – свободный).

3. Серия лекций по повышению исследовательского потенциала: написание, публикация и визуализация статистических данных SCI. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_24260971](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24260971) (дата обращения: 28.03.2025, режим доступа – свободный).

4. *Алесян М.В., Ерицян Д.Е.* Визуализация данных как новый и ключевой формат для медиаплатформ образовательных учреждений // Журналистика в цифровую эпоху: технологии и методология творчества: Матер. междунар. науч.-практ. конф.-ции, посв. 80-летию фак-та журн. Белорусск. гос. ун-та, Минск, 25 апреля 2024 г. Минск: Белорусский государственный университет, 2024. С. 22-25.

## ПРОБЛЕМАТИКА ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИЙСКОМ НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ

**Р.А. Фарукшин**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, магистрант  
E-mail: [robert.farukshin.6916@gmail.com](mailto:robert.farukshin.6916@gmail.com)

*Научный руководитель:* Р.П. Баканов,  
Казанский (Приволжский) федеральный университет

**Аннотация:** в данном исследовании проводится обзор научных статей по проблематике искусственного интеллекта в журналистике. Рас-

смотрено 10 статей за 2019 – 2025 гг. Исследования можно разделить на четыре группы по проблематике, однако общей проблемой выступает двойственность конкуренции и синергии качеств журналиста-человека и ИИ.

**Ключевые слова:** журналистика, нейросеть, искусственный интеллект, этика, образование.

## THE ISSUES OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND JOURNALISM IN RUSSIAN SCIENTIFIC DISCOURSE IN RECENT YEARS

**Abstract:** this study provides a review of scientific articles on the issue of artificial intelligence in journalism. 10 articles from 2019-2025 were reviewed. The articles can be divided into four groups by issue, but the common problem is the duality of competition and synergy of the qualities of a human journalist and AI.

**Keywords:** journalism, neural network, artificial intelligence, ethics, education.

В данном исследовании мы рассматриваем проблематику искусственного интеллекта во взаимовлиянии с журналистикой в российском научном дискурсе. Материалами для изучения стали 10 научных статей, опубликованных в изданиях «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика», «Вопросы теории и практики журналистики», «Коммуникология» и «Меди@льманах» за период с 2019 по 2024 гг.

Рассмотренные статьи можно разделить на четыре условные группы по особенностям раскрытия проблематики: производственная, социально-психологическая, этико-правовая и образовательная проблематические группы. К производственной группе мы относим вопросы о преимуществах журналиста-человека и генеративного ИИ в сравнении друг с другом и в тандеме.

В исследованиях аргументация в пользу применения искусственного интеллекта в медийной практике опирается на скорость и объёмы анализа информации машиной. Преимуществами человека, в свою очередь, называют «скрытое знание» [1], состоящее в «чувстве новостей», интуитивных решениях и обнаружении скры-

тых связей, здравый смысл [2] и своего рода ощущение человека. Последнее раскрывает недостаток языковых моделей, своеобразным ответом на который выступает феномен антропоморфизма: наделение искусственного интеллекта чертами одушевлённого разумного существа [3]. Данное обстоятельство, по мнению исследователей, обнаруживает новый комплекс проблем, связанных с субъектностью коммуникации в социально-психологическом [4] и этико-правовом аспектах: кто ответственен за советы нейронной сети и за нарушаемые ею законы?

Противоречивая эффективность генеративного ИИ в журналистике демонстрируется на примере ложных новостей: учёные указывают на возможность использования нейросетей для проверки фактов [5]; в то же время остаётся нерешённым вопрос о контроле, чтобы робот сам не производил спорного контента и не распространял его посредством алгоритмов [6].

В этой связи актуализируется проблематика журналистского образования в области ИИ, так как предупреждение негативных последствий использования новых технологий возможно лишь при понимании принципов их работы. Эксперты отмечают высокий интерес студентов к изучению нейросетей в рамках образовательных программ [7], а также указывают на необходимость налаживания коммуникации между специалистами по разработке ПО и работниками медиа [5], и студенческая среда может быть для этого подходящей площадкой.

Таким образом, проблематика искусственного интеллекта и журналистики в последние пять лет определена всплеском популярности генеративного типа нейронных сетей, в связи с чем темы модернизации образования и этико-правовых норм актуализировались во взаимозависимости.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Зорин К.А. Личностные знания журналиста в условиях его конкуренции с искусственным интеллектом // Меди@льманах. 2024. № 3. С. 46–56.

2. Крашенинникова М.А., Барабанова А.А. Автоматизированный текст в современной российской медиапрактике // Меди@льманах. 2022. № 5 (112). С. 56–62.

3. Шомова С.А. Ты, я и «Алиса»: как мы уживаемся с искусственным интеллектом // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 3. С. 186–207.

4. Резаев А.В., Трегубова Н.Д. Блеск и нищета теории коммуникации в эпоху искусственной социальности (размышляя о книге елены Эспозито “Artificial Communication: How algorithms produce social intelligence”) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 4. С. 107–119.

5. Давыдов С.Г., Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 5. С. 3–21.

6. Тихонюк А.А. Искусственный интеллект и масс-медиа: негативные аспекты алгоритмов персонализации контента // Коммунология. 2024. Т. 12. № 3. С. 43–60.

7. Рубцова Н.В. Нейросети в медиа: возможности, проблемы, перспективы для будущих медиаспециалистов // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. Т. 13. № 1. С. 156–171.

## СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИА КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПРОСВЕЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В СФЕРЕ ОРНИТОЛОГИИ

**Е.А. Цемко**

Гуманитарный университет (г. Екатеринбург), студент  
E-mail: liza2006.at@gmail.com

**Аннотация:** текст посвящен актуализации такой естественной науки, как орнитология, в современном обществе посредством распространения научной информации в медиaprостранстве (интернет и СМИ). В представленной работе перечислены и описаны методы и способы распространения научной информации, а также перспективы привлечения

массового потребителя к данной науке. В связи с ухудшением состояния глобальной экосистемы (биосферы) растет значимость экологического просвещения среди гражданского общества. Мультимедийные площадки и интернет играют решающую роль в осведомлении людей о главных составляющих орнитологии и непосредственно птицах.

**Ключевые слова:** орнитология, орнитологические экскурсии, экологическое просвещение, бердвотчер, мультимедийное пространство, научно-исследовательская деятельность.

## MODERN MEDIA AS A PLATFORM FOR PUBLIC EDUCATION IN THE FIELD OF ORNITHOLOGY

**Abstract:** the text is devoted to the actualization of such natural science as ornithology in modern society through the dissemination of scientific information in the media space (Internet and mass media). The presented work lists and describes methods and methods of dissemination of scientific information, as well as prospects for attracting mass consumers to this science. Due to the deterioration of the global ecosystem (biosphere), the importance of environmental education among civil society is growing. Multimedia platforms and the Internet play a crucial role in informing people about the main components of ornithology and birds themselves.

**Keywords:** ornithology; avifauna; ornithological excursions; scientific and research activities; birdwatcher; multimedia space and playgrounds; Internet; electronic libraries and reference books; environmental education.

С каждым днем в мире усугубляются проблемы, связанные с качеством и состоянием глобальной экосистемы, именуемой также биосферой.

Медиа выступает важным посредником между учеными и обычными заинтересованными людьми. Благодаря интенсивным мерам, направленным на экологическое просвещение населения, активно растет интерес к естественным наукам, в том числе и орнитологии – науки о птицах. Так как птицы являются наиболее доступным объектом для наблюдений и изучения как в городской среде, так и за её пределами, становятся актуальными орнитологические экскурсии, выставки, лекции и т.п.

На информационных площадках в свободном доступе представлена базовая информация, касающаяся орнитологии как науки, а также изучения и распространения тех или иных птиц [1, С. 3].

Исследователю орнитофауны интернет предоставляет широкий спектр ресурсов: специальные сайты, порталы, виртуальные исследовательские лаборатории и среды, электронные библиотеки [1, С. 3].

Для понимания разницы между ученым-профессионалом и просто заинтересованным в изучении и наблюдении птиц лицом введены такие понятия, как орнитолог (непосредственно ученый или человек, изучающий птиц на профессиональном уровне) и бердвотчер (от англ. «Bird» – птица и «Watch» – смотреть) – наблюдающий за птицами.

Как любителями, так и профессионалами активно используются сайты и программы, направленные на фиксацию данных о встрече и местоположении различных видов птиц с указанием временных промежутков. К этим ресурсам относятся наиболее популярные среди российских бердвотчеров и орнитологов информационные порталы – iNaturalist и eBird. Перечисленными ресурсами разработаны специальные приложения для смартфонов и разные механизмы для фиксации наблюдений.

В качестве мер по повышению интереса к орнитологии и изучению птиц мною, как и другими орнитологами организуются орнитологические экскурсии. Их главная цель – показать простым неосведомленным людям доступность изучения природы на примере птиц. Самый простой вариант – это проведение учётов на территории населённого пункта, где живут участники [2, С. 29]. При повышении запросов участников организовываются выездные экскурсии как в область, так и в другие точки России и мира. Наиболее успешно и основательно люди воспринимают информацию в относительно небольших разновозрастных группах [2, С. 31]. Такие экскурсии имеют как познавательный характер (демонстрация доступности наблюдения птиц), так и научно-исследовательский (проведение различных учётов птиц с привлечением любителей как элемент вовлечения в научно-исследовательскую деятельность в области орнитологии) [2, С. 27].

Проведение орнитологических экскурсий также можно считать одним из видов локального туризма. Главное преимущество – равноуровневая доступность и актуальность по индивидуальным запросам участников.

Другой способ экологического просвещения в орнитологической сфере – выставки, которые являются формой публичного выступления, привлекающие определенную целевую аудиторию в зависимости от темы и выбранных работ. Чаще всего для массового потребителя наиболее значимы и интересны тематики, связанные с его повседневной жизнью или окружением, что отражается на количестве посетителей выставки.

Два года подряд дом-музей купцов Агафуровых в городе Екатеринбург предоставляет мне площадку для проведения выставок о птицах Свердловской области ко дню птиц и фестивалю, посвященному данному событию.

В качестве дальнейшей перспективы мною планируется создание небольших информационных роликов и научно-популярных фильмов о птицах, ориентированных на массового потребителя с возможностью трансляции на такие медиаплощадки, как телевидение, интернет и соцсети.

Современные медиа предоставляют неограниченные возможности в плане освещенных в данной работе аспектов, что безусловно способствует популяризации такой области естественных наук, как орнитология, и формированию исследовательского интереса, а также повышает общий уровень культуры в сфере экологического просвещения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Южанинова Е.Р., Фисун К.В. Исследовательская и природоохранная деятельность орнитолога: проблемы и перспективы использования интернета // *Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты*. 2013. № 8. С. 3

2. Преображенская Е.С. «Евроазиатский рождественский учёт» и экологическое просвещение // *Охрана птиц в России: проблемы и перспективы*. 2013. С. 27-31.

# ИССЛЕДОВАНИЕ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ В ПЕРСПЕКТИВЕ ЦИФРОВОГО МЕДИАИСКУССТВА

**Цзэн Цзысуй**

Санкт-Петербургский государственный университет, магистрант  
E-mail: st122871@student.spbu.ru

**А.В. Ульяновский**

Санкт-Петербургский государственный университет, доцент  
E-mail: ullianav@gmail.com

**Аннотация:** цифровое медиаискусство, объединяя технологии и эстетику, открывает новые перспективы для психологического оздоровления. В данном исследовании анализируется, как интерактивные инсталляции, VR-арт и генеративные визуальные среды влияют на эмоциональное состояние и когнитивные процессы. Особое внимание уделяется нейроэстетическим механизмам восприятия и практическим кейсам применения цифрового искусства в арт-терапии. Результаты демонстрируют потенциал медиаискусства как инструмента снижения стресса и развития эмоционального интеллекта.

**Ключевые слова:** цифровое медиаискусство, VR-арт, генеративное искусство, психология восприятия, арт-терапия, эмоциональный интеллект.

## RESEARCH ON AESTHETIC PSYCHOLOGICAL HEALING IN THE PERSPECTIVE OF DIGITAL MEDIA ART

**Abstract:** digital media art, combining technology and aesthetics, opens up new perspectives for psychological healing. This study analyzes how interactive installations, VR art and generative visual environments affect emotional state and cognitive processes. Particular attention is paid to neuroaesthetic mechanisms of perception and practical cases of using digital art in art therapy. The results demonstrate the potential of media art as a tool for stress reduction and development of emotional intelligence.

**Keywords:** digital media art, VR art, generative art, psychology of perception, art therapy, emotional intelligence.

Цель данной работы заключается в изучении влияния цифрового медиаискусства на процессы эстетического и психологического оздоровления, а также выявление механизмов, способствующих улучшению психоэмоционального состояния пользователей.

Цифровые медиа – это интеграция различных форм контента посредством цифровых технологий, а цифровое медиаискусство – это расширение и сублимация цифровых медиа. Он добавляет художественную часть на основе цифровых медиа, эффективно объединяет цифровые и медиа и использует технологии для достижения художественного выражения. Основными характеристиками цифрового медиаискусства являются виртуальность, интерактивность, гибкость и эстетичность.

Эстетическая психология – дисциплина, изучающая психологическую деятельность людей и закономерности ее проявления при эстетическом наслаждении. Платон считал, что человеческому инстинкту свойственно чувствовать красоту, в то время как Гегель рассматривал эстетику как явление человеческого общества и предполагал эстетические отношения, складывающиеся между людьми как эстетическими субъектами и эстетическими объектами [1, С. 16-22].

По мере того, как социальное давление растет, образ жизни меняется, и люди все больше внимания уделяют психическому здоровью, сочетание цифрового медиаискусства и психологической терапии не только модернизирует традиционные методы лечения, но и предоставляет пользователям более богатый, интерактивный и персонализированный опыт. Благодаря таким технологиям, как виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR), обеспечивается захватывающий эстетический опыт, позволяющий пользователям воспринимать произведения искусства во всех направлениях: от зрения, слуха до осязания, тем самым усиливая эффекты эмоционального резонанса и психологического исцеления.

Актуальность темы исследования заключается в том, что Актуальность темы обусловлена растущим влиянием цифровых технологий на повседневную жизнь и психоэмоциональное здоровье человека. Поскольку современное общество сталкивается с увеличением уровня стресса и тревожности, исследование роли меди-

искусства в эстетическом и психологическом оздоровлении становится особенно важным. Цифровое медиаискусство, как новый формат художественного выражения, открывает новые горизонты для эмоционального восприятия и может служить инструментом для психоэмоциональной реабилитации.

Имеются в виду следующие техники:

VR-иммерсивное искусство: иммерсивная арт-терапия на основе виртуальной реальности сочетает в себе традиционную арт-терапию с передовыми технологиями виртуальной реальности, предлагая множество преимуществ: от технических аспектов до воздействия на мозг и поведение. Это позволяет им легче выражать и исследовать свои внутренние чувства, что оказывает положительное влияние на когнитивную реабилитацию [2, С. 114-117].

Например, женщина увидела через VR-шлем и наушники свою 7-летнюю дочь, умершую от заболевания крови, создавая мощный и эмоционально очищающий опыт.

AR Арт-исцеление: иммерсивная арт-терапия с AR (использованием дополненной реальности) сочетает традиционную арт-терапию с цифровыми изображениями и информацией из реального мира, создавая виртуальный уровень взаимодействия человека с реальной средой.

Инсталляционное искусство: инсталляционная иммерсивная арт-терапия делает акцент на мультисенсорном участии и прямом взаимодействии между людьми и произведениями искусства. Благодаря визуальной, слуховой, тактильной и другим сенсорным стимуляциям создается более захватывающий эмоциональный опыт [3, С. 161-163].

ASMR (автономная сенсорная меридиональная реакция) относится к приятным или успокаивающим физическим ощущениям, которые испытывает человеческое тело в ответ на визуальные, сенсорные и слуховые стимулы.

Основная проблематика исследуемых вопросов связана с тем, что выяснение, каким образом цифровое медиаискусство может способствовать эстетическому восприятию и как это восприятие влияет на психологическое здоровье.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Капица, А.А., Елагина, М.Ю.* Цифровое искусство в психотерапии и психологическом консультировании: современный взгляд на проблему. 2023 (3). С. 16–22.
2. *Жэнь Цзяньчао.* Краткий анализ захватывающего опыта и интерактивного дизайна выставки безграничного медиаискусства Teamlab [J]. Исследования новых медиа. 2019 (17). С. 114–117.
3. *Чжан Цянь.* Анализ осуществимости иммерсивной цифровой арт-терапии [J]. Международные связи с общественностью. 2023 (11). С. 161–163.

## ПРОЛЕГОМЭНЫ ЭТИЧЕСКИХ РАЗМЫШЛЕНИЙ О ГЕНЕРАЦИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

**Чжан Тунтун**

Санкт-Петербургский государственный университет,  
магистрант  
E-mail: st106427@student.spbu.ru

**А.В. Ульяновский**

Санкт-Петербургский государственный университет, доцент  
E-mail: ullianav@gmail.com

**Аннотация:** в исследовании рассматриваются многочисленные этические проблемы, возникающие в связи с вмешательством искусственного интеллекта в сферу изобразительного искусства. Исследование выявляет тройной этический риск для искусства ИИ: культурная предвзятость в обучении данным, ведущая к дисбалансу в символической коммуникации, алгоритмически генерируемые виртуальные образы, усугубляющие кризис распространения дезинформации, и структурное воздействие технологической уравниловки на экологию искусства.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, генеративное искусство, этика ИИ, необъективность данных, онтология искусства, этические дилеммы.

## PROLEGOMENA OF ETHICAL REFLECTIONS ON THE GENERATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

**Abstract:** the study explores the multiple ethical challenges arising from the intervention of artificial intelligence in the field of visual arts. The study reveals a triple ethical risk for AI art: cultural bias in data training leading to an imbalance in symbolic communication, algorithmically generated virtual images exacerbating the crisis of disinformation dissemination, and the structural impact of technological equalization on the art ecology.

**Keywords:** artificial Intelligence, generative art, AI ethics, data bias, art ontology, ethical dilemmas.

Искусственный интеллект (ИИ) постепенно приходит в область гуманитарных наук и искусства, которые изначально считались исключительно в компетенции человека – Творца, а в области изобразительного искусства применение ИИ можно проследить на примере компьютерных форм искусства, включая раннее алгоритмическое искусство и компьютерное искусство. Приложение ИИ в изобразительном искусстве включают в себя, в частности, использование алгоритмов глубокого обучения для распознавания изображений, генеративных адверсарных сетей (GANs) для создания новых произведений искусства и даже использование обучения с подкреплением для создания новых художественных пространств в виртуальных средах. Следует отметить, что сам ИИ и методы машинного обучения – является произведением человека – Творца и, следовательно, могут быть приравнены к специфическим инструментам творчества. А некоторые стили абстрактного экспрессионизма, дадизма и новейшего искусства – возникают случайным образом, неподконтрольны сознанию творца.

Первая проблема, вызванная ИИ, – это его сильное влияние на традиционную онтологию искусства. В традиционном эстетическом дискурсе связь между творческим сознанием, творческим процессом, произведениями и эстетическим чувством всегда тесная. Тема и форма объединяются в произведении, передавая мысль и волю творца и в конечном итоге стимулируют эстетический опыт. Однако создателям ИИ не нужно владеть знаниями программи-

рования и навыками рисования, даже не нужно обладать соответствующими эмоциями и творческими концепциями, и они могут создавать произведения, формально сопоставимые с любым произведением искусства, просто по случайным инструкциям, тем самым размывая определение искусства. Одновременно случайность создания и тенденция к развлечению отделили формальную красоту от ценностного суждения и ослабили этическое измерение искусства. ИИ опирается на данные для обучения, и дискриминация и предвзятость в этих данных отражается на его результатах и широко распространяется. Например, когда пользователь просит искусственный интеллект выразить слово «бедность», на полученном изображении всегда преобладают люди с темным цветом кожи, женщины и инвалиды. Изображения являются важной частью средств массовой информации, а в обществе, где на познание и эмоции людей влияют СМИ, широкое распространение и использование стереотипных изображений может еще больше укрепить дискриминацию и предрассудки. Кроме того, в современных обучающих данных гораздо больше сцен европейской и американской культуры, чем сцен других культур, и дисбаланс культурных символов в коммуникации усугубляет дисбаланс культурного дискурса. ИИ может генерировать довольно реалистичные изображения. В 2022 году нетизены использовали платформу для рисования ИИ, чтобы создать изображения спасательных работ в китайском городе Чунцин после пожара в горах. Эти изображения были чисто виртуальными, и источник ИИ был указан во время публикации, но в процессе распространения они все равно были ошибочно помечены как фотографии с места событий и получили большое внимание и повторную передачу, и даже были использованы некоторыми правительственными СМИ при публикации новостных сообщений. Поэтому ИИ значительно увеличит затраты СМИ на различение правды и лжи и возможность споров об общественном мнении.

Наконец, необходимо обратить внимание и на социальное воздействие ИИ на художественное творчество [1, с. 217-226]. С одной стороны, ИИ предоставляет новые средства и перспективы для художественного творчества, открывает художественные возможно-

сти и способствует художественным инновациям; с другой стороны, ИИ может оказать влияние на экологию искусства, например, снизить порог художественного творчества, изменить структуру художественного рынка и поставить под угрозу среду выживания традиционных художников [2, с. 10]. Как сбалансировать эти воздействия и обеспечить, чтобы ИИ служил художественному творчеству здоровым образом, – важная тема, которую нам необходимо глубоко изучить и обсудить.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Ульяновский А. В.* Реклама в сфере культуры / А. В. Ульяновский. 4-е изд., испр., доп. СПб. : Лань : Планета музыки, 2024. 540 с.
2. *Ульяновский, А.* Медиакоммуникации видеохостов: жемчужина story spot в короне из 15 жанров / А. Ульяновский, А. Бутова. М. : Ай Пи Ар Медиа, 2024. 190 с.

## МЕДИЙНЫЕ РЕШЕНИЯ И ПОДХОДЫ ПО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ТЕМАТИКИ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ НОВАЦИЙ В ИЗДАНИИ SAIXIN WEEKLY

**Чжэн Бовэнь**

Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
магистрант

**Р.Р. Газизов**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, доцент  
E-mail: gazizov-da@yandex.ru

**Аннотация:** рассматриваются тематические и композиционные аспекты медиапубликаций в китайском издании Saixin Weekly. Анализируются типичные журналистские материалы, освещающие развитие технологий в обществе. Обращается внимание на языковые средства, а также приемы подачи контента.

**Ключевые слова:** зарубежная журналистика, медиаконтент, медиасистема КНР, Caixin Weekly.

## **MEDIA SOLUTIONS AND APPROACHES BY TOPIC REPRESENTATION SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL INNOVATIONS IN THE CAIXIN WEEKLY EDITION**

**Abstract:** the thematic and compositional aspects of media publications in the Chinese edition of Caixin Weekly are considered. Typical journalistic materials covering the development of technology in society are analyzed. Attention is drawn to language tools, as well as content presentation techniques.

**Keywords:** foreign journalism, media content, media system of China, Caixin Weekly.

Газета **Caixin Weekly** – качественное издание, фокусирующееся на таких темах, как экономика, бизнес, политика и общественные вопросы; известно своими специальными репортажами и независимыми расследованиями. Многие события, оказавшие значительное влияние на общество и экономику, такие, как финансовые кризисы, реформы правительства, динамика бизнеса и другие, регулярно освещаются здесь.

Анализируемое издание ориентировано на глубокий анализ и новости с глобальной перспективой. Темы включают мировую экономику, цифровые преобразования, социальные темы, а также технологии, энергетику и здравоохранение Китая. Особенно внимание уделяется макроэкономическим и технологическим тенденциям, охватывая такие вопросы, как безопасность данных, международная торговля, зеленая энергетика, что отражает интерес и обеспокоенность будущими глобальными изменениями.

Достаточно часто публикуются специальные репортажи. Как правило, присутствуют анализ данных, экспертные мнения и изучение конкретных случаев. В структуре материала сначала кратко репрезентуются актуальность и причины, затем – анализируются ключевые проблемы, предлагаются решения, содержатся прогнозы.

Проанализируем наиболее характерные публикации издания. Так, в одном из материалов анализируются изменения в эконо-

мической обстановке как внутри страны, так и на международной арене, содержатся прогнозы [1]. Используются данные и мнения экспертов для усиления авторитетности и достоверности текста. Применяется метод сравнительного анализа, который показывает уникальность и необходимость изменений в стратегии Китая на фоне других стран.

Или, например, другая медиапубликация, в которой содержится обсуждение глобальной цифровой трансформации и ее последствий для защиты конфиденциальности и безопасности данных [2]. Автор рассматриваются вызовы, с которыми сталкиваются различные страны в области защиты данных, а также предлагаются решения и рекомендации для будущего. Вниманию аудитории представлено тематическое исследование с анализом законодательных и технических аспектов. Используется множество примеров и фактов, чтобы убедить читателя в важности защиты данных. Применяется сравнительный анализ законодательства различных стран, чтобы показать разницу в подходах к защите конфиденциальности.

Другой материал начинается с анализа предыстории китайско-американской технологической конкуренции, затем рассматривается влияние этой конкуренции на международную торговлю [3]. Статья также анализирует различия в подходах Китая и США к ключевым технологическим вопросам. Применяется метод сравнительного анализа для показа различий между подходами Китая и США в области технологий. Статья также включает примеры из реальной практики для демонстрации влияния технологической конкуренции на глобальную торговлю. Текст содержит графики, иллюстрирующие развитие технологий в США и Китае, а также визуализации, показывающие торговые потоки между двумя странами и их влияние на международную экономику.

Чтобы проиллюстрировать описываемые тенденции, рассмотрим еще один материал газеты [4]. Он начинается с обзора текущих достижений в области искусственного интеллекта в медицине, затем – подробно рассматривается, к каким изменениям может привести искусственный интеллект в процессах диагностики, лечения и управления здравоохранением. В заключение даются прогнозы относительно того, как искусственный интеллект будет влиять на

будущее медицины. Используется метод анализа реальных кейсов и примеров из медицинской практики. Представлены диаграммы, показывающие внедрение искусственного интеллекта в различные области медицины, а также видео, демонстрирующие новые технологии в действии. Эти элементы визуализируют информацию и помогают читателям лучше понять процесс внедрения технологий в здравоохранение.

Газета Caixin Weekly дает не только оперативную медиаинформацию, но и позволяет глубже понять специфику процессов в экономике, технологиях, промышленности, инновационных областях развития современного социума.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная комиссия по развитию и реформам: Дальнейшее открытие крупной национальной научно-исследовательской инфраструктуры для частных предприятий. Доступно на: URL: [https://finance.caixin.com/2024-10-25/102249144.html?originReferrer=caixinsearch\\_pc](https://finance.caixin.com/2024-10-25/102249144.html?originReferrer=caixinsearch_pc) (дата обращения: 05.04.2025, режим доступа – свободный).

2. Специальные дебаты Caixin прошли в Давосе: как ИИ и другие интеллектуальные элементы могут расширить возможности инфраструктуры следующего поколения. Доступно на: URL: [https://international.caixin.com/2025-01-25/102283539.html?originReferrer=caixinsearch\\_pc](https://international.caixin.com/2025-01-25/102283539.html?originReferrer=caixinsearch_pc) (дата обращения: 05.04.2025, режим доступа – свободный).

3. Каковы надежды на сотрудничество Китая и США? Доступно на: URL: [https://weekly.caixin.com/2024-09-21/102238541.html?originReferrer=caixinsearch\\_pc](https://weekly.caixin.com/2024-09-21/102238541.html?originReferrer=caixinsearch_pc) (дата обращения: 05.04.2025, режим доступа – свободный).

4. Строительство крупных медицинских моделей в Китае набирает обороты. Какова тенденция «медицина + ИИ»? Доступно на: URL: [https://www.caixin.com/2025-02-14/102288133.html?originReferrer=caixinsearch\\_pc](https://www.caixin.com/2025-02-14/102288133.html?originReferrer=caixinsearch_pc) (дата обращения: 05.04.2025, режим доступа – свободный).

## ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА В ОСВЕЩЕНИИ ГАЗЕТЫ PEOPLE'S DAILY

**Чжэн Инин**

Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
магистрант

**Р.Р. Газизов**

Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
доцент

E-mail: gazizov-da@yandex.ru

**Аннотация:** выявляется медиасвоеобразие экологического контента в китайской газете People's Daily. Проводится содержательный и структурный анализ медиаматериалов, что позволяет выявить их композиционно-тематическую специфику. Обращается внимание на различные аспекты функционирования окружающей среды, оптимизацию использования природных ресурсов.

**Ключевые слова:** журналистика Китая, медиапроблематика, экологическая политика, газета People's Daily.

## ENVIRONMENTAL POLICY AS COVERED BY PEOPLE'S DAILY

**Abstract:** the media specificity of environmental content in the Chinese newspaper People's Daily is revealed. A content and structural analysis of media materials is carried out, which allows us to identify their compositional and thematic specificity. Attention is drawn to various aspects of the functioning of the environment, optimization of the use of natural resources.

**Keywords:** Chinese journalism, media issues, environmental policy, People's Daily.

В последнее время отмечается усиление интереса со стороны масс-медиа к экологическим аспектам развития социума. Объектом представленного медиаисследования является газета People's Daily – официальное издание Центрального Комитета Коммунистической партии КНР. Это одно из наиболее влиятельных офици-

альных СМИ в стране, редакция которого уделяет особое внимание отражению социально значимых тем.

Исследование специфики экологической медиапроблематики осуществлялось методом случайной выборки на материале семи публикаций. Ключевым параметром анализа является тематическое единство; хронологические рамки охватывают медиатексты за 2024–2025 гг. Так, в публикации «Индустрия белого чая уезда Аньцзи стимулирует зеленое развитие» сообщается, что благодаря развитию индустрии белого чая уезд Аньцзи успешно стимулирует местное население к обогащению и демонстрирует потенциал зеленого развития. В другом медиаматериале «Зеленая трансформация лесных хозяйств на северном побережье Да Синганлинга, Внутренняя Монголия» идет речь о работниках лесного хозяйства, которые, защищая леса, создали «зеленый пояс» вокруг лесной зоны, благодаря чему добились двойного урожая, обеспечив экологическую защиту и экономическую выгоду благодаря развитию лесного туризма.

Анализируя медиапроблематику, отметим, что активно освещаются вопросы озеленения лесов и деревьев. В частности, в материале «Праведность провинции Шаньси, экологическое улучшение ведет к оживлению сельской местности» показывается, как бесплодные земли превратились в оазис на берегу моря, а экологические ранчо и специальные туры стали новым способом увеличения доходов сельских жителей. Или, например, в публикации «Яньань, Шэньси: маленькие яблоки достигают большой индустрии» в статье рассказывается о том, как власти и бизнес г. Яньань, опираясь на имеющиеся природные преимущества, удалось развить и расширить яблочную индустрию, помогая сельским жителям получить соответствующий экономический эффект.

Идея о том, что защита окружающей среды и экономическое развитие могут быть взаимодополняющими, содержится в материале «Пусть больше гор и рек будут зелеными, а море лесов – золотым» и предлагается исследовать инновационный путь превращения зеленых гор в золотые горы. Кроме того, отмечается значимость возрождения сельских районов посредством программы «зеленого развития».

Освещая тему «зеленого развития», издание People's Daily в основном фокусируется на улучшении экологии, модернизации промышленности и возрождении сельских районов. На конкретных примерах показана положительная роль «зеленого» развития в развитии местной экономики, повышении уровня жизни населения и защите экологической среды.

Медиатексты People's Daily обычно имеют структуру «постановка проблем – анализ – решение проблемы». Например, при освещении различных аспектов экологического развития в медиатексте часто сначала говорится о важности темы, имеющихся проблемах, затем подробно анализируются принимаемые меры и их эффективность, и, наконец, обобщаются опыт и последствия данных процессов. Такая структура делает публикации исследуемого издания четкой и логичной.

Газета использует различные жанры, включая новостные сообщения, статьи, комментарии. В новостных сообщениях основное внимание уделяется фактическим выкладкам и подкреплению данных; в комментируемых материалах внимание уделяется анализу и выработке точки зрения. Кроме того, в своей медиапрактике издание использует типичные примеры и яркие детали, чтобы усилить аргументацию. Уделяется внимание ритму и рифме языка, регулируется длина предложения. Авторы часто используют известные цитаты и аллюзии, чтобы усилить собственную аргументацию, авторитетность и убедительность повествования.

Таким образом, экологическая проблематика занимает важное место в медиаполитике издания People's Daily. Данные материалы не только отражают национальную политику и актуальные темы в обществе, но и показывают положительную роль «зеленого» развития национальной экономики, повышении уровня жизни людей и защите экологической среды.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Индустрия белого чая уезда Аньцзи стимулирует зеленое развитие. Доступно на: URL: <https://baike.baidu.com/item/%E5%AE%89%E5%90%89%E5%8E%BF/1243332> (дата обращения: 02.03.2025, режим доступа – свободный).

# ГЕЙМИФИКАЦИЯ НАУКИ: КАК ИГРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТРАНСФОРМИРУЮТ НАУЧНУЮ КОММУНИКАЦИЮ

**А.С. Юрьева**

Казанский государственный энергетический университет, студент  
lanochkasveta@gmail.com

*Научный руководитель:* Э.Р. Фахрудинова,  
Казанский государственный энергетический университет

**Аннотация:** в статье исследуется специфика влияния геймификации на научную коммуникацию, с акцентом на использование игровых технологий для повышения вовлечённости аудитории в научно-образовательный процесс. Рассматриваются ключевые принципы геймификации, её преимущества и вызовы. В практической части были проанализированы проекты NASA, что подтверждает актуальность данной темы.

**Ключевые слова:** геймификация, игровые технологии, вовлечённость, NASA, обучение, научные исследования, космические миссии.

## GAMIFICATION OF SCIENCE: HOW GAMING TECHNOLOGIES ARE TRANSFORMING SCIENTIFIC COMMUNICATION

**Abstract:** the article examines the specifics of the influence of gamification on scientific communication, with an emphasis on the use of gaming technologies to increase audience engagement in the scientific and educational process. The key principles of gamification, its advantages and challenges are considered. In the practical part, NASA projects were analyzed, which confirms the relevance of this topic.

**Keywords:** gamification, gaming technology, engagement, NASA, education, scientific research, space missions.

В последние годы всё больше научных и образовательных учреждений использует игровые технологии для повышения уровня вовлечённости аудитории в процесс обучения и научно-исследовательскую деятельность. Игры давно зарекомендовали себя как эффективный инструмент для удержания внимания и мотивации. Это привело к популяризации геймификации в научной коммуни-

кации, которая включает в себя использование элементов игры в обучении и распространении научных знаний [1, 2].

Геймификация основывается на нескольких ключевых принципах:

- соревновательность и персональные достижения – система баллов и наград мотивирует пользователей углубляться в изучаемые темы;

- интерактивность – возможность самим управлять процессом обучения делает его более увлекательным и вовлекающим;

- сюжет и ролевые элементы – через истории и выполнение заданий сложный материал становится понятным и доступным [2, с. 9].

На сегодняшний день игровые технологии активно используются в разных аспектах научной коммуникации. В образовательных проектах геймификация помогает лучше понять сложные концепции, а в научно-популярных медиапроектах – делает восприятие информации более доступным. В научной сфере игровые элементы позволяют привлекать добровольцев к обработке данных, что помогает ускорить научные исследования.

Современные технологии, такие как виртуальная (VR) и дополненная реальность (AR), открывают новые горизонты для геймификации. С их помощью пользователи могут, например, моделировать физические явления, взаимодействовать с историческими артефактами. Искусственный интеллект (ИИ) и большие данные, в свою очередь, позволяют адаптировать игровые сценарии в зависимости от уровня и интересов пользователя, делая процесс обучения персонализированным [3, С. 662].

Рассмотрим преимущества и вызовы геймификации науки. Использование игровых технологий в науке имеет ряд очевидных преимуществ: – повышенная вовлечённость – геймификация превращает научное познание в увлекательное занятие, которое интересно разным аудиториям; эффективность обучения – интерактивные методы обучения помогают лучше усваивать материал и закреплять знания; расширение возможностей научных исследований – игровые проекты позволяют привлекать исследователей к реальным научным проектам, что способствует научному прогрессу в целом [4, с. 663].

Но у геймификации есть и свои проблемы. Разработка качественных научных игр требует серьёзных вложений времени и

средств. Также существует риск, что развлекательный аспект игры может нивелировать её образовательную ценность, из-за чего научный материал может быть чрезмерно упрощён. Кроме того, не все научные дисциплины легко поддаются адаптации в игровой формат [5, с. 380].

В практической части данной работы, был проанализирован один из наиболее ярких примеров использования геймификации в науке. Это проекты NASA. Космическое агентство активно использует игровые технологии не только для образовательных целей, но и для вовлечения граждан в научные исследования. Например, игра Mars Rover Landing позволяет игрокам на время стать инженерами и попытаться посадить марсоход на поверхность Марса [6]. Проект Kerbal Space Program, разработанный с участием NASA, даёт возможность строить ракеты и запускать их, следуя законам физики и астронавтики [7]. Эти игры не только популяризируют науку, но и развивают у игроков техническое мышление и навыки, которые могут пригодиться в реальной жизни.

NASA также применяет игровые симуляторы для подготовки специалистов. Виртуальные тренажёры моделируют условия работы астронавтов в открытом космосе, а симуляции полётов помогают инженерам тестировать поведение космических аппаратов в различных ситуациях.

В заключение, отметим, что геймификация открывает новые горизонты для научной коммуникации, делая её более доступной, гибкой, интерактивной и увлекательной. В будущем, это может стать не только инструментом популяризации науки, но и важным методом научного познания.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Кампос А.Д., Чебан А.Г., Фахрудинова Э.Р. Инновационные методики в преподавании биоэтики (на примере кейс-стади) // Актуальные вопросы общественного здоровья и здравоохранения на уровне субъекта Российской Федерации. Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 100-летию Иркутского государственного медицинского университета (1919–2019): в 2-х томах. Под общ. ред. Г.М. Гайдарова. 2019. С. 332-336.

2. Суворов В.В., Пинчук Ю.С., Фахрудинова Э.Р. Использование мобильных технологий как дидактических средств на занятиях по истории в среднем профессиональном образовании // *Бизнес. Образование. Право*. 2022. № 3 (60). С. 413 – 418.

3. Везетиу Е.В. Геймификация образовательного процесса: подтип игровой технологии // *МедиаВектор*. 2023. №7. С. 8-12.

4. Головырских О.В., Шульгина Т.А. Геймификация, как эффективный способ приобретения новых знаний и навыков // *Вестник науки*. 2023. №12 (69). С. 661=665.

5. Филатова О.Н., Зиновьева С.А., Никитина О.Н. Геймификация образовательного процесса // *Проблемы современного педагогического образования*. 2022. №77-2. С. 379-381.

6. NASA выпустило игру Mars Rover к годовщине «Curiosity». [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://in-space.ru/nasa-vypustilo-igru-mars-rover-k-yubileyu-marsohoda-curiosity/> (режим доступа – свободный).

7. Обзор космического симулятора Kerbal Space Program. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://www.ixbt.com/live/games/obzor-kosmicheskogo-simulyatora-kerbal-space-program.html> (режим доступа – свободный).

## **ЭТИЧЕСКИЕ ДИЛЕММЫ И ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В ЭПОХУ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

**Ян Исяо**

Санкт-Петербургский государственный университет, магистрант  
E-mail: st122880@student.spbu.ru

**А.В. Ульяновский**

Санкт-Петербургский государственный университет, доцент  
E-mail: ullianav@gmail.com

**Аннотация:** настоящее исследование посвящено анализу взаимодействия технологий искусственного интеллекта и культурного кода, а также выявлению этических и эстетических вызовов, возникающих в процессе

интеграции ИИ в сферу искусства. В работе обоснована актуальность коррекции традиционных понятий авторства, оригинальности и культурного наследия в условиях цифровизации.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, культурный код, этический вызов, эстетика, цифровизация, алгоритмическое творчество, междисциплинарный анализ, культурные трансформации.

## ETHICAL DILEMMAS AND AESTHETIC INNOVATIONS IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

**Abstract:** the present study is devoted to the analysis of the interaction between artificial intelligence technologies and cultural code, as well as to the identification of ethical and aesthetic challenges arising in the process of AI integration into the sphere of art. The paper substantiates the relevance of revising the traditional notions of authorship, originality and cultural heritage in the context of digitalization.

**Keywords:** artificial intelligence, cultural code, ethical challenge, aesthetics, digitalization, algorithmic creativity, interdisciplinary analysis, cultural transformation.

Актуальность данной темы определяется развитием искусственного интеллекта и его растущей ролью, включая культуру и искусство. В условиях глобализации и цифровизации традиционные культурные коды трансформируются под влиянием алгоритмических систем, что требует переосмысления этических норм и эстетических критериев. Пересечение технологий ИИ с культурным пространством представляет собой сложный вызов для общественных институтов, научного сообщества и творческих коллективов, поскольку влияет на стандарты оценки культурных феноменов [1, с. 3-5]. Случаи использования ИИ в создании музыки, живописи и литературе поднимают вопросы о авторстве, цитировании, ответственности. Исследование данной проблематики имеет высокую практическую значимость.

Освещение проблематики в теоретическом пространстве включает анализ теорий культурного кода, эстетических норм и этической ответственности в цифровую эпоху. В рамках теоретической базы используется концепция постструктурализма, исследующая

взаимосвязь между культурными текстами и социальными структурами, а также подходы к деконструкции традиционных кодов восприятия искусства. Значительное внимание уделяется философским трактовкам понятий «оригинальность», «авторство» и «интеллектуальное творчество», которые подвергаются реконструкциям в условиях цифровых технологий. Теоретическое осмысление базируется на работах таких исследователей, как Deleuze, Baudrillard и Lyotard, рассматривающих влияние медиа и технологий на формирование культурных смыслов [2, с. 67]. Анализ теоретических положений позволяет выбрать наиболее адекватное представление о границах актуальной эстетики (аналитическая, прагматическая, субъективизированная, нормативная, эстетика власти) и факторов этики (благодеяние, непричинение вреда, автономия и справедливость).

Эмпирическая часть исследования предполагает проведение сравнительного анализа различных кейсов применения ИИ в сфере искусства, а также социологических опросов и исследований восприятия инновационных технологий в культурной сфере. Методология эмпирического исследования включает сбор данных о проектах, где ИИ выступает в роли соавтора или собственного творца, анализ отзывов экспертов, критиков и широкой публики. В рамках исследования проводятся интервью с представителями творческих индустрий и специалистами в области этики, что позволяет оценить влияние алгоритмического творчества на изменения в традиционных культурных моделях [3, С. 15-22]. Сравнительный анализ позволяет выявить успешные практики интеграции ИИ в культурное пространство, определить основные проблемные зоны и предложить варианты коррекции возникающих конфликтов между технологиями и культурными традициями. Полученные данные способствуют построению модели адаптации культурных институтов к новым технологическим реалиям, обеспечивая перспективное развитие творческих и этических норм.

Методология исследования базируется на сочетании качественных и количественных методов анализа, охватывающих современные междисциплинарные подходы. В качестве квалифицированных методов используются анализ текстов, дискурсивный

анализ, сравнительный анализ кейсов и экспертные интервью. Количественная часть исследования включает в себя социологические опросы, анализ статистических данных и моделирование сценариев развития культурного пространства под влиянием ИИ. Методологическая структура позволяет обеспечить комплексное рассмотрение проблемы на всех уровнях – от теоретического осмысления до практических выводов. Такой подход способствует выявлению причинно-следственных связей между технологическими изменениями и трансформацией культурных кодов, получить ответы на насущные вопросы. Какие-то образы сохраняют свою устойчивость совсем недолго, а некоторые могут существовать в течение длительного периода времени. Откуда в образе сила сохранять свою устойчивость? Иногда совокупность определённых образов существует внутри некоторого паттерна, выявляемого ИИ, который задает целостность и направленность этой развивающейся системе.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Ян Куйфан, Рен Йиман*. Этические риски технологического воплощения в эпоху интеллектуальной коммуникации и их разрешение // Журнал Хубэйского университета (издание по философии и социальным наукам). 2023. № 7. С. 3-5.
2. *Boden, M.A.* Творческий разум: алгоритмическое мышление и инновации. Базовые книги, Нью-Йорк, 1998. 356 с.
3. *Floridi, L.* Этика информации: вызовы цифровизации и новые парадигмы // Философия и информационные технологии. 2019. № 2. С. 15-22.

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Баканов Р.П.</i> Жанрово-форматные ограничения популяризации науки в российских online-изданиях .....	3
<i>Бик-Булатов А.Ш.</i> Популяризация казанской журналистики XIX века в качестве родоначальницы провинциальной прессы в России: рабочая концепция грантового проекта.....	7
<i>Вавилова Ж.Е.</i> Искусственный интеллект, медиа и инклюзивность: дискуссия о трендах.....	10
<i>Гончаренко Л.А.</i> Цифровые двойники в креативных индустриях: от виртуальных музеев до фэшн-дизайна .....	14
<i>Киселева Ю.И.</i> Научно-популярное кино в современном контексте: видовые и жанровые особенности.....	18
<i>Куликова М.И.</i> Роль визуализации данных в научно-популярных проектах: психологические механизмы восприятия и влияние на доверие к информации .....	21
<i>Лебедев В.А.</i> Три проблемы учёного – популяризатора науки .....	24
<i>Лисеев Р.П., Мельник Г.С.</i> Клинический подход в формировании практико-ориентированной модели обучения в СПбГУ .....	27
<i>Майорова А.А.</i> Проблемы достоверности контента, созданного нейросетевыми технологиями.....	30
<i>Мариева Е.А.</i> Научно-проектная практика повышения медиакомпетентности администраторов госпабликов .....	34
<i>Миннуллина Э.Б.</i> Аксиологические ориентиры искусственного интеллекта .....	45
<i>Мосейчук Л.С.</i> Геймификация содержания как феномен современных киберспортивных медиа.....	48
<i>Мухина О.С.</i> Использование нейросетей в медиа: взгляд через призму норм профессиональной этики .....	53
<i>Мухортова Е.А.</i> Искусственный интеллект в медиа: может ли автоматизированный фактчекинг заменить журналистскую экспертизу?.....	57

<i>Петрова К.Д., Мюллер Д.Г.</i> Проблемы кадрового обеспечения реализации проектов в креативной сфере в свете теории поколений .....	60
<i>Пронина Е.Е., Кириченко А.С.</i> «Информационный киборг»: творчество в эпоху искусственного интеллекта.....	63
<i>Полонский А.В.</i> Научный текст в условиях сетевой публичности .....	67
<i>Распутная Л.И.</i> Проблемы использования искусственного интеллекта (ИИ) в современных медиа: аксиологический и региональный контекст.....	69
<i>Рустамова Н.Н.</i> Внедрение нейросетей в информационную деятельность медиаиндустрии Республики Узбекистан .....	73
<i>Сабирова Л.Р.</i> Особенности освещения в региональных СМИ темы сохранения традиционных семейных ценностей: вызовы реальности .....	76
<i>Сабрекова А.Д.</i> Графические редакторы: собрание себя.....	80
<i>Салахова А.Ф.</i> Специфика влияния искусственного интеллекта на культурные ценности.....	82
<i>Самойленко П.Ю.</i> Проблематика искусственного интеллекта (ИИ) и высоких технологий в информационной повестке медиа и чертах бренда города Владивостока .....	86
<i>Шафир Т.В.</i> Нейротехнологии и границы сознания: как искусственный интеллект научится записывать и расшифровывать сновидения .....	90
<i>Тулунов В.В.</i> Искусственный интеллект в журналистике: риски и угрозы использования.....	98
<i>Сяохун У.</i> Визуализация данных как формат научно-популярной журналистики в КНР (на примере медиаплатформы SCIEXPLOER).....	103
<i>Фарукишин Р.А.</i> Проблематика искусственного интеллекта и журналистики в российском научном дискурсе последних лет .....	106
<i>Цемко Е.А.</i> Современные медиа как площадка для просвещения населения в сфере орнитологии .....	109
<i>Цзэн Цзысюй, Ульяновский А.В.</i> Исследование эстетического психологического оздоровления в перспективе цифрового медиаискусства .....	113

<i>Чжан Тунтун, Ульяновский А.В.</i> Прологомены этических размышлений о генерации искусственного интеллекта .....	116
<i>Чжэн Бовэнь, Газизов Р.Р.</i> Медийные решения и подходы по репрезентации тематики научно-технологических новаций в издании SAIXIN WEEKLY .....	119
<i>Чжэн Инин, Газизов Р.Р.</i> Экологическая политика в освещении газеты PEOPLE'S DAILY .....	123
<i>Юрьева А.С.</i> Геймификация науки: как игровые технологии трансформируют научную коммуникацию .....	126
<i>Ян Исяо, Ульяновский А.В.</i> Этические дилеммы и эстетические инновации в эпоху искусственного интеллекта.....	129

ISBN 978-5-00205-086-4



Подписано в печать 14.04.2025. Формат 60×84  $\frac{1}{16}$ .  
Бумага офсетная. Печать офсетная.  
Гарнитура «Minion Pro». Усл. печ. л. 7,9.  
Тираж 500 экз. Заказ 04-25/07-1.



420108, г. Казань, ул. Портовая, 25а.  
Тел.: (843) 5-777-343, 5-777-347.  
E-mail: [citlogos@mail.ru](mailto:citlogos@mail.ru)  
[www.logos-press.ru](http://www.logos-press.ru)