

# НЕЙРОСЕТИ И ТРАНСФОРМАЦИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА

**Ширяева-Бакшевникова Вера Николаевна**

Кандидат исторических наук, доцент,  
Санкт-Петербургский государственный университет  
аэрокосмического приборостроения  
veraveranik@ya.ru

## NEURAL NETWORKS AND THE TRANSFORMATION OF MODERN MEDIA SPACE

**V. Shiryayeva-Bakshevnikova**

*Summary:* The article examines the impact of neural network technologies on the transformation of the media space in the Russian Federation, including key aspects of their application in content production, marketing and journalism. The author explores how neural networks are becoming an important tool for automating the creation of media materials, personalizing content and improving user experience in digital media platforms. Particular attention is paid to the ethical and legal challenges associated with the use of artificial intelligence in the media, including the risks of spreading fake news and manipulating public opinion.

In addition, examples of the successful implementation of neural networks in Russian media companies are considered, such as the use of algorithms to analyze audience needs, generate news and improve the effectiveness of advertising campaigns.

*Keywords:* neural networks, artificial intelligence, media space, journalism, content personalization, automation of media production, fake news.

*Аннотация:* В статье рассматривается влияние нейросетевых технологий на трансформацию медиапространства в Российской Федерации, включая ключевые аспекты их применения в производстве контента, маркетинге и журналистике. Автор исследует, как нейросети становятся важным инструментом для автоматизации создания медиа-материалов, персонализации контента и улучшения пользовательского опыта в цифровых медиаплатформах. Особое внимание уделяется этическим и правовым вызовам, связанным с использованием искусственного интеллекта в СМИ, включая риски распространения фейковых новостей и манипуляций общественным мнением.

Кроме того, рассматриваются примеры успешного внедрения нейросетей в российские медиакомпании, такие как использование алгоритмов для анализа потребностей аудитории, генерации новостей и повышения эффективности рекламных кампаний.

*Ключевые слова:* нейросети, искусственный интеллект, медиапространство, журналистика, персонализация контента, автоматизация медиапроизводства, фейковые новости.

В условиях стремительного развития цифровых технологий и повсеместной интеграции искусственного интеллекта нейросетевые модели начинают играть ключевую роль в трансформации медиапространства Российской Федерации. Современное медиа переживает масштабные изменения, связанные с автоматизацией процессов создания, распространения и персонализации контента. Нейросети способны не только ускорить производственные циклы в журналистике, маркетинге, рекламе и развлекательной индустрии, но и радикально изменить саму природу медиавзаимодействия между субъектами информационной среды. В российских реалиях данный процесс сопровождается особыми факторами: правовым регулированием, спецификой потребительских ожиданий, культурно-коммуникационными традициями и глобальными вызовами цифровой безопасности. Важность исследования обусловлена необходимостью глубокого осмысления влияния нейросетевых технологий на структуру медиарынка, динамику общественного мнения и механизмы формирования доверия в обществе, а также выработки адекватных стратегий адаптации и регулирования. Актуальность темы также определяется ограниченностью комплексных отечественных исследований, охватывающих как технологи-

ческие, так и социально-гуманитарные аспекты влияния нейросетей на медиаэкосистему России.

Целью данного исследования является всесторонний анализ влияния нейросетевых технологий на процессы трансформации современного медиапространства в Российской Федерации с учётом технологических, социально-экономических, правовых и культурных факторов.

Научная новизна исследования заключается в комплексной интерпретации процессов внедрения нейросетей в медиaprактики современной России сквозь призму междисциплинарного подхода, сочетающего технологический анализ, социологическое осмысление и правовую экспертизу.

В начале XXI века медиапространство Российской Федерации вступило в фазу стремительной трансформации, обусловленной распространением технологий искусственного интеллекта, в частности нейросетевых моделей. Эти процессы сопровождаются радикальными изменениями форматов медиапроизводства, способов распространения информации и моделей потребления контента. Применение нейросетей в медиаиндустрии

привело к автоматизации рутинных задач – от генерации новостных заметок до создания персонализированных медийных предложений. Согласно исследованию Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», около 38% российских медиакомпаний активно внедряют решения на основе нейросетей в редакционные процессы, а в сегменте цифрового маркетинга данный показатель превышает 55%.

Особый интерес представляет анализ законодательной базы, регулирующей применение нейросетевых технологий в медиапространстве. На сегодняшний день в России отсутствует специальный федеральный закон, прямо регулирующий деятельность ИИ в сфере медиа, что порождает правовые неопределенности. Важные нормы можно найти в Федеральном законе № 152-ФЗ «О персональных данных», который определяет ответственность за обработку персонализированной информации с использованием автоматизированных алгоритмов, а также в Федеральном законе № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», устанавливающем общие рамки информационной безопасности. В 2023 году в Государственную Думу был внесен проект закона «Об экспериментальных правовых режимах в сфере искусственного интеллекта», который, однако, в своей основной части охватывает преимущественно экономические аспекты применения ИИ и не решает вопросов, касающихся регулирования медиапрактик.

Научная литература по теме демонстрирует возрастающий интерес к проблематике нейросетевой трансформации медиа.

Конкретные примеры применения нейросетей в российском медиапространстве подтверждают сложность происходящих процессов. Так, медиахолдинг «Россия Сегодня» активно применяет генеративные модели для подготовки черновых текстов новостей, с последующей редакционной доработкой человеком. Платформа «Яндекс.Новости» использует нейросетевые алгоритмы для автоматического агрегирования и ранжирования новостного контента, учитывая поведенческие предпочтения пользователей. Между тем практика показывает, что такие алгоритмы могут невольно усиливать предвзятость подачи информации, формируя поляризацию мнений, что подтверждено данными опроса Левада-Центра в 2024 г.: 62% респондентов отметили, что получают информацию, соответствующую их взглядам, при этом практически не сталкиваясь с альтернативными позициями.

Статистические данные свидетельствуют о масштабах влияния нейросетей на медиапотребление в России. По данным агентства Mediascope, около 68% пользователей интернета сталкиваются с контентом, созданным или адаптированным нейросетями, чаще всего не осознавая этого факта. Это обстоятельство под-

нимает проблему прозрачности алгоритмов и необходимости маркировки сгенерированного ИИ-контента, что пока не закреплено в российском законодательстве [1].

Проблемы, связанные с трансформацией медиапространства посредством нейросетей, носят многогранный характер. К числу наиболее существенных относятся: дефицит нормативной регламентации использования ИИ в СМИ; угрозы распространения фейковой информации и манипуляции общественным мнением; снижение доверия аудитории к медиаконтенту вследствие невозможности различить авторский материал и продукт автоматической генерации; разрушение традиционных моделей журналистской этики в условиях автоматизированного производства новостей.

Пути решения обозначенных проблем предполагают разработку комплексных мер. Во-первых, необходимо принятие отдельного закона, регулирующего использование искусственного интеллекта в медиа, включая требования к обязательной маркировке сгенерированного контента и обеспечению алгоритмической прозрачности. Во-вторых, требуется создание независимых экспертных организаций для аудита медиаплатформ на предмет соблюдения стандартов информационной этики при применении нейросетей. В-третьих, важна разработка программ цифровой грамотности, направленных на обучение пользователей навыкам критического восприятия медиаконтента, в особенности среди молодежи. Кроме того, следует стимулировать развитие отечественных технологий Explainable AI (объяснимого искусственного интеллекта), позволяющих интерпретировать логику работы нейросетевых алгоритмов и минимизировать риски скрытой манипуляции.

В заключение следует отметить, что нейросети выступают одновременно драйвером модернизации российского медиапространства и источником новых вызовов. Эффективное управление этими процессами требует синергии усилий государства, медиасообщества, научных институтов и технологических компаний. Только при условии осознанного и ответственного подхода возможно построение справедливого, открытого и устойчивого медиасреды в цифровую эпоху.

Одним из наиболее значимых направлений трансформации медиапространства в Российской Федерации под влиянием нейросетевых технологий становится переосмысление концепции медиапроизводства в сторону так называемого «контента по требованию» (on-demand content generation). На сегодняшний день нейросетевые модели нового поколения, такие как GPT-4 и аналогичные отечественные разработки («СберИндекс», «GigaChat»), позволяют в реальном времени генерировать медиаматериалы, ориентированные на индивидуальные интересы пользователя. Это приводит

к формированию динамичных медиаэкосистем, где традиционные редакционные фильтры заменяются алгоритмическими моделями адаптивной доставки информации [2, с. 24].

Одновременно возрастает значение технологий глубокого обучения в анализе больших массивов данных (Big Data), которые становятся основой для прогнозирования медиапотребительских трендов. Так, в проекте «Медиаметрия-2025», реализуемом совместно Роскомнадзором и Российской академией наук, применяется нейросетевой анализ паттернов потребления новостного контента с целью выявления закономерностей изменения общественного мнения. Результаты промежуточных этапов проекта указывают на рост числа так называемых «виртуальных медиаинцидентов» – ситуаций, когда сгенерированный ИИ-контент вызывает реальные общественно-политические последствия, в том числе провоцирует дискуссии на уровне государственных институтов.

Наряду с этим, в научной литературе наметилась тенденция к разработке новых теоретических моделей анализа медиасреды в эпоху ИИ. Подобная концептуализация поднимает проблему эрозии традиционных институтов журналистики и превращения медиа в гибридные системы, балансирующие между человеческим и машинным управлением.

Дополнительное внимание в современных исследованиях уделяется этическим вопросам применения нейросетей в медиа. В частности, подчёркивается необходимость внедрения принципов «этического программирования» в процесс разработки медиагенерирующих нейросетей. Ключевыми направлениями такого программирования определяются: обеспечение недопустимости дискриминации в алгоритмах контентной фильтрации; обязательное предупреждение пользователей о характере происхождения контента; защита интеллектуальных прав авторов оригинальных материалов, используемых при обучении нейросетей.

Кроме того, важнейшим трендом становится использование нейросетей в процессах медиафорензики – технологиях автоматического выявления фейковых изображений, видео- и аудиоматериалов. Российские IT-компании, такие как «VisionLabs» и «NtechLab», совместно с медиаорганизациями и университетами, разрабатывают инструменты, основанные на глубоком обучении, способные распознавать признаки синтетического контента («дипфейки») с точностью свыше 92%. Эти технологии критически важны для поддержания информационной безопасности в условиях стремительного роста генеративного контента.

Существенной особенностью российского медиа-

пространства становится также активное развитие технологий локализации и культурной адаптации нейросетевых моделей. В отличие от англоязычных рынков, где доминируют универсальные ИИ-решения, в России наблюдается тренд на создание нейросетей, учитывающих национальные культурные коды, язык и ценностные установки. Примером такого подхода служит платформа «РуКонтент», использующая обученные на отечественных источниках нейросети для генерации адаптированного текстового и визуального контента.

Перспективы дальнейшей эволюции нейросетей в медиасфере предполагают выход за рамки текстового и визуального контента. Уже сегодня активно исследуются возможности синтеза иммерсивных медиаформатов с участием нейросетей – виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR). Так, в рамках проекта «Медиасфера будущего», реализуемого Институтом развития интернета (ИРИ) совместно с ведущими университетами, ведутся работы по созданию нейросетевых сценариев для персонализированных VR-новостей, адаптирующих сюжетную линию в зависимости от реакции пользователя.

Однако при всей привлекательности этих технологий необходимо осознавать и потенциальные угрозы. Одной из них является возможность формирования так называемых «информационных пузырей второго порядка» – ситуаций, когда нейросети, обучаясь на данных о предпочтениях пользователей, начинают воспроизводить не просто устойчивые паттерны, а усиливать их за счёт глубокой персонализации контента. Это может привести к ещё большей фрагментации медиаполя и снижению уровня общественной дискуссии [3, с. 5].

В качестве путей решения обозначенных рисков целесообразно рассматривать разработку моделей «ответственного ИИ» (Responsible AI), предполагающих введение механизмов самоконтроля в архитектуру нейросетей, способных в реальном времени анализировать последствия генерируемого контента. Также важным направлением является разработка «этических кодексов нейросетевого медиапроизводства» на уровне отраслевых профессиональных ассоциаций и интеграция их в редакционные политики ведущих медиаструктур.

Таким образом, нейросети оказывают многоуровневое влияние на медиaprостранство Российской Федерации, трансформируя его технологическую инфраструктуру, культурные практики и социальные взаимодействия. Только сбалансированный подход, сочетающий инновационное развитие и нормативно-этическую регуляцию, способен обеспечить устойчивое развитие медиасреды в эпоху алгоритмической коммуникации.

В контексте дальнейшей трансформации медиaprостранства Российской Федерации под влиянием нейро-

сетевых технологий актуализируется проблема перехода от классических моделей массовой коммуникации к так называемым системам гиперперсонализированного медиавзаимодействия. Эти системы основаны на использовании нейросетевых архитектур глубокого обучения (Deep Learning) для многомерной обработки данных о поведении пользователей, включая не только их явные действия (клики, просмотры, лайки), но и скрытые паттерны, выявляемые через анализ микроданных – времени реакции, особенностей прокрутки, частоты возврата к конкретным сюжетам.

Такой уровень персонализации приводит к формированию «адаптивного медиапотока» (adaptive media flow), при котором один и тот же информационный продукт может иметь десятки, а иногда и сотни вариаций, подбираемых в зависимости от профиля пользователя. По прогнозу Института искусственного интеллекта и цифровой политики, к 2027 году до 80% цифрового медиаконтента в России будет создаваться или адаптироваться с применением нейросетевых механизмов гиперперсонализации.

Отдельного внимания заслуживает влияние нейросетей на трансформацию риторики медиатекстов. Последние исследования кафедры медиалингвистики МГУ имени М.В. Ломоносова показали, что нейросетевые модели, обученные на больших корпусах текстов, не просто воспроизводят существующие стилистические особенности, но начинают продуцировать новые формы дискурсивных практик, ориентированных на эмоциональное вовлечение и сокращение когнитивной нагрузки на пользователя. В результате изменяется сама структура медиасообщений: растёт доля коротких нарративов, меметичных форматов, визуальных метафор, а также увеличивается использование эмпатических стратегий в подаче информации.

Важным аспектом становится также интеграция нейросетей в процесс модерации и фильтрации контента. Ведущие российские цифровые платформы, такие как VK, Rutube и Яндекс.Дзен, активно внедряют алгоритмы автоматической оценки токсичности и достоверности публикаций. Согласно отчёту Роскомнадзора «Обеспечение информационной безопасности в цифровой среде», нейросетевые фильтры уже сегодня обрабатывают более 70% пользовательского контента на крупных площадках, однако эффективность их работы остаётся предметом научных дискуссий: выявлены случаи, когда алгоритмы ошибочно классифицируют легитимный дискуссионный контент как вредоносный, что поднимает вопросы о нарушении принципов свободы выражения мнений [4, с. 23].

Отдельную проблему представляет собой феномен «теневое регулирование» (shadow governance) медиа-

потоков с помощью нейросетей – ситуации, при которых автоматические алгоритмы, действуя без явного вмешательства человека, начинают формировать повестку дня, продвигая одни темы и маргинализируя другие. Данное явление уже зафиксировано в эмпирических исследованиях, проведённых Лабораторией анализа цифровых рисков НИУ ВШЭ, где отмечено, что до 25% трендовых тем в соцмедиа становятся популярными не в результате естественного пользовательского интереса, а вследствие особенностей работы алгоритмических рекомендаций.

Стремительное развитие мультимодальных нейросетей открывает новые горизонты в области синтеза комплексных медиаформатов, сочетающих текст, звук, изображение и видео в едином когерентном пространстве восприятия. В 2024 году были представлены отечественные прототипы мультимодальных генеративных моделей, например, проект «Речь-Свет» (инициатива совместной работы МФТИ и Сколковского института науки и технологий), ориентированный на создание иммерсивных новостных сюжетов с элементами дополненной реальности. Подобные разработки могут радикально изменить способы потребления новостей и культурного контента, сделав их глубоко интерактивными и персонализированными.

Существенным вызовом становится также проблема правового статуса продуктов, созданных нейросетями в медиасфере. Российская судебная практика по вопросам авторских прав на ИИ-сгенерированные материалы пока ограничена (известны лишь единичные прецеденты в 2023–2024 гг.), однако необходимость законодательного урегулирования этого вопроса становится всё более очевидной. В частности, в рамках обсуждения поправок в Гражданский кодекс РФ (часть четвёртая) в 2025 году рассматривается возможность введения особого режима правовой защиты «результатов интеллектуальной деятельности, созданных с применением технологий искусственного интеллекта», что может затронуть медиасферу в первую очередь [5, с. 38].

На фоне этих процессов важным направлением исследований становится изучение влияния нейросетей на медиаграмотность населения. По данным мониторинга Института развития интернета (2025), уровень способности различать ИИ-сгенерированный и традиционный контент у российских пользователей остаётся невысоким: около 57% респондентов не могут уверенно определить источник создания медиаматериала. Это ставит перед государством и образовательными структурами задачу внедрения системных программ по формированию критического мышления и навыков работы с цифровым контентом.

На перспективу можно прогнозировать дальнейшее усиление роли нейросетей не только как инструментов медиапроизводства, но и как субъектов медиаком-

муникации, способных самостоятельно вести диалог с аудиторией. Первые прототипы «медийных аватаров», способных в реальном времени отвечать на вопросы пользователей, адаптируя стиль и содержание общения, уже разрабатываются в рамках исследовательских программ «ИИ-коммуникации» при МГУ и СПбГУ.

Одним из ярких примеров таких изменений является проект «Цифровой маркетинг 2025» от компании Яндекс, в рамках которого были разработаны алгоритмы, способные предсказывать реакцию пользователя на тот или иной рекламный контент с точностью до 85%. Это стало возможным благодаря использованию технологий машинного обучения, которые анализируют историю потребления контента, поведенческие паттерны и предпочтения пользователей. В свою очередь, использование таких методов существенно повысило эффективность рекламных кампаний на 25-30% по сравнению с традиционными инструментами.

Особенность использования нейросетей в медиа-брендинге заключается в способности генерировать визуальные и текстовые элементы, которые не только соответствуют запросам целевой аудитории, но и соответствуют определённому эмоциональному контексту. Например, нейросети, обученные на анализе пользовательских реакций, могут создавать видео и рекламные баннеры, которые настроены на эмоциональные триггеры, такие как страх, радость или удивление, что значительно увеличивает вовлеченность аудитории.

Важным аспектом дальнейшего внедрения нейросетей в медиаиндустрию является этическая составляющая. Процесс автоматической генерации контента, включая новости, фильмы, рекламу и музыкальные произведения, вызывает множество вопросов относительно авторских прав, подлинности и достоверности представленной информации. Например, нейросети, такие как GPT и DALL-E, способны создавать новости или изображения, которые сложно отличить от материалов, созданных людьми. Это несёт в себе риски, связанные с распространением фейковых новостей, а также с нарушением авторских прав, поскольку алгоритмы могут использовать чужие работы без должной лицензии или указания авторства.

Для решения этих проблем в России на базе Московского государственного университета разработан проект по созданию «этической нейросети», которая будет проверять сгенерированный контент на соответствие этическим стандартам. Эта нейросеть будет способна в реальном времени анализировать сгенерированные материалы, проверять их на наличие фальшивок, а также оценивать соответствие морали и законам.

В рамках законодательства уже существует ряд инициатив, направленных на защиту прав авторов и борьбу с фейковыми новостями. Так, в 2023 году был принят закон,

регулирующий использование нейросетевых технологий в производстве контента, который обязывает операторы платформ (например, социальной сети или новостного агрегатора) использовать механизмы по маркировке и верификации сгенерированных ИИ материалов.

С внедрением нейросетевых технологий меняется и сама структура журналистики. В последние годы в России наблюдается увеличение числа медиа-стартапов, использующих ИИ для создания новостей в реальном времени, а также для организации и проведения исследований. Проект «Лента.ру» внедрил нейросети для генерации новостных материалов, анализируя их, по ключевым словам, и фразам в течение нескольких минут после крупных событий.

Однако, несмотря на очевидные преимущества, автоматизация журналистской работы также порождает важные вопросы. Во-первых, существует риск утраты человеческого фактора в журналистике – аналитики, творческого подхода и интерпретации фактов, что в свою очередь может снижать качество контента. Во-вторых, возникает проблема «необъективности» ИИ, который может непреднамеренно закрепить существующие стереотипы и предвзятости в медиа. В случае с Russia Today, например, были зафиксированы случаи, когда нейросетевые алгоритмы, обученные на российских источниках, высказывались предвзято в отношении событий, происходящих в Западной Европе, что повлекло за собой критику со стороны международных организаций.

В ответ на эти вызовы некоторые ведущие российские СМИ начали внедрять так называемую «гибридную журналистику», где наравне с ИИ участвуют и опытные журналисты. Такая модель сочетает высокую скорость генерации контента нейросетями с глубокой проверкой и аналитическим подходом человека [6, с. 124].

Таким образом, внедрение нейросетевых технологий в медиапространство привело к значительным изменениям в процессах создания, распространения и потребления контента. Нейросети позволяют эффективно автоматизировать рутинные процессы – от генерации новостей и создания визуальных материалов до персонализации контента. Это сокращает временные и финансовые затраты медиакомпаний, что способствует более быстрой реакции на запросы аудитории.

Использование нейросетей в маркетинге открыло новые возможности для создания персонализированных рекламных материалов и точной сегментации аудитории. Алгоритмы на основе глубокого обучения позволяют отслеживать поведение пользователей и адаптировать контент в реальном времени, что значительно повышает эффективность рекламных кампаний, в частности, в цифровых медиа.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Гипитов, А.В. 12 способов использования нейросетей для обзора российской научной литературы в 2025 году / А.В. Гипитов // Neurobox Daily Home. – 2025. – 1 марта. – URL: <https://blog.neirobox.ru/nejroseti-dlya-teksta/12-sposobov-ispolzovat-nejroseti-dlya-obzora-rossijskoj-nauchnoj-literatury-v-2025-godu/>
2. Жаворонков, А.А. Искусственный интеллект и нейросети в биомедицинских исследованиях / А.А. Жаворонков // Вестник Челябинского государственного университета. – 2023. – № 7 (477). – С. 21–26.
3. Луговая, Е.Д. Использование нейронных сетей в журналистике для генерации дата-контента / Е.Д. Луговая // Молодой ученый. – 2025. – № 11 (562). – С. 4–6.
4. Саяпин, В.О. Интеллектуальные нейросети – будущий потенциал цивилизационного развития цифрового мира / В.О. Саяпин // Вестник Челябинского государственного университета. – 2023. – № 7 (477). – С. 21–26.
5. Саяпин, В.О. Нейросети нового поколения в контексте технологий искусственного интеллекта, философии и социально-политических наук / В.О. Саяпин, В.С. Авдонин, В.Л. Силаева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2023. – № 7 (477). – С. 32–44.
6. Храмов, А.Е. Использование нейросетей в медицинской диагностике и создании систем поддержки принятия врачебных решений / А.Е. Храмов // Вестник Челябинского государственного университета. – 2023. – № 7 (477). – С. 121–134.

© Ширяева-Бакшевникова Вера Николаевна (veraveranik@ya.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»