

Научная статья
УДК 001.895:654.197:004.946
DOI: 10.18384/2949-5024-2025-2-110-121

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ТЕЛЕВЕЩАТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ В КОНТЕКСТЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Фомина А. Н.

Независимый исследователь, г. Брянск

*Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Брянск» (филиал)
241033, г. Брянск, пр. Станке Димитрова, д. 77, Российская Федерация*

Поступила в редакцию 27.11.2024

После доработки 18.12.2024

Принята к публикации 28.12.2024

Аннотация

В условиях широкомасштабной цифровой трансформации телевещательная индустрия находится в непрерывном инновационном процессе. На вершине технологических инноваций стоит искусственный интеллект, инструменты которого являются наиболее востребованными интеллектуальными решениями. Их применения в сфере телевидения обеспечивает быструю обработку больших данных, оптимизацию процессов сбора информации и создания контента, а также моментальную доставку контента потребителю.

Цель. Выявление, систематизация и анализ функциональных возможностей и концептуальных особенностей применения инструментов искусственного интеллекта в основных сегментах телевещательной деятельности, разработка концептуальных основ эффективного применения искусственного интеллекта в телевидении.

Процедура и методы. Теоретической основой исследования являются научные труды отечественных медиаисследователей, научные статьи в рецензируемых и специализированных изданиях, ресурсы сети «Интернет». В процессе исследования применялись методы включённого наблюдения, теоретического обобщения, сравнительного анализа, табличный метод, эмпирические методы (практический опыт работы автора на телевидении).

Результаты. В работе выявлены сходство и отличия искусственного интеллекта и человеческого разума, актуализированы и систематизированы возможности применения инструментов искусственного интеллекта в телевещательной деятельности. Автором определены и структурированы основные риски и проблемы, связанные с применением инструментов искусственного интеллекта в сфере телевидения, предложен комплекс рекомендаций по совершенствованию практики внедрения и развития инструментов искусственного интеллекта в телевещательной индустрии.

Теоретическая и/или практическая значимость. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые сформулированы принципы и условия применения инструментов искусственного интеллекта в телевещательной индустрии, которые могут послужить концептуальной основой для дальнейших медиаисследований в данной научной области. Полученные результаты исследования представляют практическую значимость для всех телекомпаний, внедряющих инструменты искусственного интеллекта. Работа может быть

полезна медиаменеджерам, медиаэкспертам, медиаисследователям, преподавателям профильных кафедр, магистрам и аспирантам.

Ключевые слова: телевидение, телевещательная индустрия, инновации, цифровые технологии, искусственный интеллект

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE BROADCASTING INDUSTRY IN THE CONTEXT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

A. Fomina

An Independent researcher, Bryansk

State Television and Radio Broadcasting Company "Bryansk" (Branch)

Bryansk 241033, pr. Stanke Dimitrova 77, Russian Federation

Received by the editorial office 27.11.2024

Revised by the author 18.12.2024

Accepted for publication 28.12.2024

Abstract

In the context of large-scale digital transformation, the television broadcasting industry is in a continuous innovation process. At the top of technological innovation is artificial intelligence, the tools of which are the most popular intelligent solutions. Their application in the field of television broadcasting ensures fast processing of big data, optimization of information collection processes, content creation and its instant delivery to the consumer.

Aim. Identification, systematization and analysis of the functional capabilities and conceptual features of the use of artificial intelligence tools in the main segments of television broadcasting, development of a conceptual framework for the effective use of artificial intelligence in television broadcasting.

Methodology. The theoretical basis of the study is the scientific works of foreign and media researchers, scientific articles in peer-reviewed and specialized publications, Internet resources. In the course of the study, the methods of included observation, theoretical generalization, comparative analysis, tabular method, empirical methods (the author's practical experience in television) were used.

Results. The article reveals the similarities and differences between artificial intelligence and human intelligence, updates and systematizes the possibilities of using artificial intelligence tools in television broadcasting. The author defines and structures the main risks and problems associated with the use of artificial intelligence tools in television broadcasting, and offers a set of recommendations for improving the practice of implementing and developing artificial intelligence tools in the broadcasting industry.

Research implications. The scientific novelty of the study lies in the fact that for the first time the principles and conditions for the use of artificial intelligence tools in the broadcasting industry have been formulated, which can serve as a conceptual basis for further media research in this scientific field. The obtained results of the study are of practical significance for all television companies implementing artificial intelligence tools. The article may be useful for media managers, media experts, media researchers, teachers of specialized departments, masters and postgraduate students.

Keywords: television, broadcasting industry, innovation, digital technology, artificial intelligence

Введение

Анализ научных работ медиаисследователей [1–15] и наш практический опыт работы на телевидении свидетельствуют, что в телевещательной индустрии внедрение инструментов искусственного интеллекта (ИИ) находится в начальной стадии развития и их применение носит локальный характер. Нетрудно заметить, что небольшой опыт применения искусственного интеллекта в телевещании не позволяет сформулировать фундаментальные выводы и методологически обосновать научные концепции. На сегодняшний день в научном дискурсе отсутствуют монографические исследования и теоретическое осмысление применения инструментов искусственного интеллекта в сфере телевещания. При этом очевидно, что необходимы дальнейшие фундаментальные исследования, разработка методологического инструментария и концептуальных основ применения инструментов искусственного интеллекта в телевещательной индустрии. Указанные обстоятельства актуализируют тему исследования, определяют его целевую направленность. Более того, мы полагаем, что необходимы междисциплинарные исследования в контексте философских, социологических, психологических, правовых и экономических концептов и проблем.

Цель и задачи исследования:

- выявить, систематизировать и проанализировать функциональные возможности и концептуальные особенности применения инструментов искусственного интеллекта в основных сегментах телевещательной деятельности;
- разработать концептуальные основы эффективного применения инструментов искусственного интеллекта в телевещании (базовые принципы и условия);
- определить и обобщить основные риски и проблемы, связанные с применением инструментов искусственного интеллекта в телевещательной индустрии;
- предложить рекомендации по совершенствованию практики внедрения и развития инструментов искусственного интеллекта в телевещательной индустрии.

Сходство и отличие искусственного интеллекта и человеческого разума

На современном этапе общественного развития искусственный интеллект стремительными темпами внедряется во все сферы жизнедеятельности общества. Ярким примером интеллектуализации процессов производства с помощью инструментов искусственного интеллекта является телевещательная индустрия. Инструменты искусственного интеллекта (голосовое управление, машинное обучение, нейронные сети, когнитивные вычисления, инструменты обработки и генерации естественного языка, рекомендательные системы и др.) активно применяются на всех этапах производства, распространения и потребления контента, а также для генерации новых идей. В данном контексте возникает закономерный вопрос: в чём отличие и сходство искусственного интеллекта с человеческим разумом, какие функциональные возможности обеспечивают ему преимущество по сравнению с другими цифровыми технологиями? Чтобы ответить на этот вопрос, проведём сравнение искусственного интеллекта с человеческим разумом по основным когнитивным и мыслительным функциям: способность к обучению, принятие решений, обработка и анализ данных, адаптивность и самосовершенствование, решение сложных задач (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

Сходство искусственного интеллекта и человеческого разума / Similarities between artificial intelligence and human intelligence

Когнитивные функции	Интеллект человека	Искусственный интеллект
Способность к обучению	Обучение в течение всей жизни, приобретение новых знаний, умений, опыта и компетенций	Обучение на основе алгоритмов машинного обучения
Принятие решений	Решения принимаются на основе знаний, опыта, наблюдения, интуиции, взаимодействия с другими людьми	Решения принимаются на основе входных данных и алгоритмов машинного обучения
Обработка и анализ данных	Обработка и анализ большого количества информации и сенсорных данных, на основе которых формируется целостное мировоззрение	Обработка и анализ больших данных с помощью цифровых алгоритмов и вычислительных мощностей для получения актуальной информации
Адаптивность и самосовершенствование	Быстрая адаптация к изменяющимся условиям, непредсказуемым ситуациям, вызовам, постоянное совершенствование навыков и компетенций	Способность изменять свои алгоритмы в соответствии с новыми данными и накопленным опытом работы с информацией
Решение сложных задач	Способность решать сложные задачи на основе когнитивных способностей и мыслительных операций: анализ, синтез, классификация, обобщение, выводы, принятие решений	Решение сложных задач на основе анализа данных и заложенных в него алгоритмов

Источник: составлено автором по: Симбиоз человека и искусственного интеллекта [Электронный ресурс] // Институт Информационных Систем ГУУ. URL: <https://iis.guu.ru/blog/shodstva-cheloveka-i-iskusstvennogo-intellekta/> (дата обращения: 06.10.2024)

Нетрудно заметить, что обнаруживается значительное сходство в когнитивных способностях искусственного интеллекта и человеческого разума. Следовательно, искусственный интеллект может выполнять те же когнитивные функции, что и человеческий разум.

Вместе с тем, следует отметить, что искусственный интеллект в разных контекстах способен значительно превышать возможности человеческого разума или, наоборот, во многом ему уступать. Проведённое исследование позволило выявить эти отличия в контексте телевещательной индустрии.

1. Преимущества искусственного интеллекта:

- в отличие от интеллекта человека, ИИ способен хранить и анализировать большие объёмы данных и обрабатывать их с большой скоростью и точностью;
- в силах одновременно решать множество сложных задач, безошибочно выполнять различные математические расчёты.

2. Функциональная ограниченность искусственного интеллекта:

- следует заданным алгоритмам и правилам программного обеспечения;
- не способен без перепрограммирования адаптироваться к изменяющимся условиям, не обладает гибкостью, способностью учиться на своих ошибках;
- не обладает эмоциональным интеллектом, не может думать, рассуждать и чувствовать, выражать эмоции и переживания, проявлять эмпатию и гибкость, создаёт обезличенный контент;
- не способен провести серьёзное журналистское расследование;

- не способен выполнять несколько ролей журналиста: одновременно быть редактором, публицистом, организатором и др.;
- не способен заменить менеджмент: стратегически мыслить, проводить редакционную политику и др.;
- не способен анализировать события, видеть в них причинно-следственные связи, нюансы контекста;
- отсутствует критический подход к фактам, не может оценить их важность, нет контекстуального понимания информации;
- не способен давать моральную оценку событиям и явлениям, не обладает морально-этическим сознанием;
- творческие возможности основаны на алгоритмах, отсутствует творческая мысль, воображение и интуиция [3; 5–7; 12; 13].

На основании изложенного можно сделать вывод, что в ближайшем будущем искусственный интеллект не сможет в полной мере превзойти когнитивные возможности человеческого разума.

Функциональные возможности применения инструментов искусственного интеллекта в основных сегментах редакционной деятельности

Наше исследование позволяет выделить функциональные возможности и концептуальные особенности применения инструментов искусственного интеллекта в основных сегментах редакционной деятельности: поиск и создание новостного контента, интеллектуальная поддержка редакционных процессов, взаимодействие с потребителями, персонализация контента (табл. 2).

Таблица 2 / Table 2

Функциональные возможности применения инструментов искусственного интеллекта в редакционной деятельности / Functional capabilities of using artificial intelligence tools in editorial activities

Направления редакционной деятельности	Возможности применения инструментов ИИ в редакционной деятельности
Поиск и создание новостного контента	<ul style="list-style-type: none"> – поиск и подбор информации для инфоповодов, её обработка, выделение ключевых моментов и тематическая классификация; – отслеживание новостей на различных ресурсах одновременно, непрерывный мониторинг веб-сайтов, социальных сетей, авторских колонок новостей, отбор новых постов; – аудит новостного контента (недоверность информации, проверка на спам, информационный шум, скрытую рекламу); – автоматическое создание новостных программ на основе больших объёмов информации, компоновка пакетов видео новостей, актуализация новостной повестки дня; – генерация новостных публикаций и дайджестов, картинок к новостям; – автоматическая проверка грамматических и стилистических ошибок в новостях; – оптимизация передаваемого новостного контента; – использование различных цифровых сред и инструментов для распространения новостного контента; – использование новостных ботов для быстрой доставки новостного контента пользователям

Окончание Таблицы 2 / Table 2

Направления редакционной деятельности	Возможности применения инструментов ИИ в редакционной деятельности
Интеллектуальная поддержка редакционных процессов	<p>– автоматизация больших объёмов передаваемого видео контента, текстовых публикаций и статистических данных;– мониторинг новостей, субтитров, постов, фотографий, твитов в социальных сетях;– систематизация и анализ больших данных, автоматизированный сбор структурированных данных (например, финансовых, спортивных);– интеграция информации интернет-ресурсов, соцсетей и видеохостингов;– анализ потокового видео, выделение ключевых моментов; – обработка аудио- и видеоконтента (улучшение качества картинки, яркости, звука, речи и др.), оценка его качества;– создание видеоконтента для различных цифровых медиаплатформ;– распознавание фотоизображений, лиц, речи, объектов и образцов видео; – компоновка информации из пресс-релиза и других источников;– проверка мультимедийного контента в режиме реального времени;– мониторинг разных проблемных ситуаций; – расшифровка интервью;– генерация вариантов заголовков, субтитров в реальном времени, подбор иллюстраций;– генерация идей для сюжетов, вариантов сценария, проектов;– написание постов в соцсетях телеканалов;– автоматические врезки в эфир;– поиск и подбор бэкграунда, автоматизация фактчекинга; – транскрипция, перевод аудио и видео в текст, перевод на иностранные языки в режиме реального времени; – проверка и редактирование текста;– создание интересных визуальных эффектов, визуализация данных; – детализированная классификация данных в дата-сетах; – поиск и распознавание нужного контента, объектов, фрагментов в больших аудио- и видеоархивах; – преобразование выступлений спикеров в текстовые отчеты; – создание мемов, коллажей, рисунков, анимации в титрах; – подготовка вопросов для интервью на основании ранее опубликованных материалов;– генерация инфографики, постеров и резюмирование новостей; – подготовка скриншотов актуальных веб-страниц;– интерактивное голосование;– удалённое подключение гостей;– подготовка отчётов с конференций, совещаний, форумов, репортажей на основе данных;– замена новостного телеведущего цифровым телеведущим; – проверка информации на достоверность, обнаружение токсичного и предвзятого контента, выявление фейков и сфабрикованных изображений; – выявление сюжетов, содержащих антисоциальные нормы поведения: сцены насилия, курения, распития спиртных напитков, употребления наркотических веществ, порнографических сцен;– прогнозирование жизненного цикла проектируемых видов контента;</p>
Взаимодействие с потребителями, персонализация контента	<p>– анализ телевизионной аудитории, её классификация и сегментирование в соответствии с её интересами и предпочтениями;– отслеживание и анализ пользовательских отзывов и запросов, кликов, лайков, репостов и комментариев;– анализ действий потребителя на всех этапах взаимодействия;– определение целевой аудитории и подбор для неё кастомизированных продуктов;– прогнозирование поведения телевизионной аудитории;– коммуникация с аудиторией через чат-боты, голосовых помощников по всем каналам в режиме реального времени;– персонализация контента в соответствии с предпочтениями каждого пользователя, персонализация новостных лент;– адресная доставка персонализированного контента конкретным потребителям;– рекомендации потребителям потреблять контент внутри единой экосистемы IT-технологий;</p>

Источник: составлено автором по: [1–15]; Искусственный интеллект телевидению [Электронный ресурс] // Институт Информационных Систем ГУУ.

URL: <https://iis.guu.ru/blog/iskusstvenniy-intellekt-v-televidenii/>;

Журналист VS искусственный интеллект: это не конкуренция, а симбиоз [Электронный ресурс] // Москва – БезФормата. URL:<https://moskva.bezformata.com/listnews/zhurnalist-vs-iskusstvennij-intellekt/75696911/?ysclid=madztk2wkw973198673> (дата обращения: 06.10.2024)

Как видим, инструменты искусственного интеллекта могут широко применяться для автоматизации большинства производственных процессов телевещательной индустрии – это прежде всего интеллектуальный анализ больших данных; поиск и обработка информации; создание новостных программ; генерирование информации о текущих событиях и фактах, создание и распространение больших объемов передаваемого видеоконтента; интерактивное взаимодействие с аудиторией, анализ телевизионной аудитории и персонализация контента. Совершенно очевидно, что инструменты искусственного интеллекта помогают автоматизировать основные редакционные процессы, значительно снижают информационную перегрузку журналистов, обеспечивают создание качественного и конкурентного контента, соответствующего требованиям и предпочтениям пользователей. В то же время следует отметить, что несмотря на уникальные функциональные возможности, искусственный интеллект в ближайшем будущем не сможет полностью заменить творческие функции журналиста, он будет активно применяться в качестве интеллектуального советника и уникального цифрового помощника [14].

Считаем необходимым в контексте исследования сформулировать базовые принципы применения инструментов искусственного интеллекта в телевещании. С нашей точки зрения, наиболее актуальными являются следующие принципы:

1. Принцип инновационности ориентирует руководство телекомпаний на разработку инновационных стратегий развития, на активное внедрение инновационных цифровых технологий, на создание благоприятного инновационного климата, на развитие креативного потенциала персонала, на создание инновационного и конкурентоспособного контента.

2. Принцип комплексного подхода ориентирует менеджмент телекомпаний на комплексное применение всех цифровых технологий и инструментов искусственного интеллекта при создании, распространении и потреблении контента.

3. Принцип технологичности предполагает, что применение инструментов искусственного интеллекта не приведет к нарушению научно-технологических требований цифровых технологий, предъявляемых к работе с большими данными и информацией, будут определены технологические границы применения инструментов искусственного интеллекта в редакционной практике, потребитель будет информирован о применении телекомпанией искусственного интеллекта при создании потребляемого им контента.

4. Принцип компетентности означает, что эффективное применение инструментов искусственного интеллекта возможно только при овладении всеми сотрудниками компании актуальными цифровыми компетенциями, умениями и навыками.

5. Принцип цифровой безопасности направлен на обеспечение безопасности потребителей и их персональных данных, на предупреждение технологических сбоев и хакерских атак.

6. Принцип ориентации на потребителя подразумевает, что видеоконтент, созданный с помощью инструментов искусственного интеллекта, соответствует запросам и предпочтениям аудитории и интересам конкретного потребителя.

Анализ данных принципов позволяет выделить условия, необходимые для эффективного применения искусственного интеллекта в телевещательной индустрии:

– наличие в телекомпании инновационной стратегии внедрения и применения инструментов искусственного интеллекта, применяются современные принципы и методы управления цифровой трансформацией, формируется благоприятный инновационный климат, созданы креативные организационные структуры, IT-подразделения;

- имеется обученный персонал, владеющий актуальными цифровыми компетенциями в области искусственного интеллекта;
- имеется достаточный уровень развития цифровой инфраструктуры, создана система кибербезопасности компании.

Риски и проблемы применения инструментов искусственного интеллекта в телевещательной индустрии

Можно с уверенностью утверждать, что применение инструментов искусственного интеллекта открывает новые возможности для инновационного развития телевещательной индустрии. Вместе с тем в процессе исследования нами выявлены основные риски и проблемы применения инструментов искусственного интеллекта в телевещании.

1. Техничко-технологические риски и проблемы:

- несовершенство программного обеспечения и алгоритмов искусственного интеллекта;
- возможность технологических сбоев в системах искусственного интеллекта;
- вероятность потери безопасности потребителей и их персональных данных, что может привести к нарушению прав и свобод личности;
- могут быть искажения информации, предвзятость, ошибки и распространение фейковых новостей;
- возможность ошибочных выводов алгоритмов из-за некорректности или неполноты информации;
- проблемность идентификации инструментов искусственного интеллекта во время коммуникации с потребителем.

2. Кадровые риски и проблемы:

- недоверие сотрудников редакций и потребителей к инструментам искусственного интеллекта;
- отсутствие актуальных цифровых компетенций у сотрудников редакций;
- возможность сокращения рабочих мест в новостных редакциях;
- отсутствие высококвалифицированных IT-специалистов, способных отражать хакерские атаки и обеспечивать кибербезопасность редакции.

3. Правовые, морально-этические и психологические проблемы:

- не разработан правовой статус регулирования инструментов искусственного интеллекта и делегирования ему полномочий для принятия решений;
- не разработан свод этических и моральных норм, регулирующих процессы создания искусственным интеллектом контента и его потребление аудиторией;
- возможность непредсказуемых изменений психики потребителя информации, созданной с помощью инструментов искусственного интеллекта.

4. Экономические проблемы:

- ограниченность у телекомпаний финансовых ресурсов на внедрение инструментов искусственного интеллекта: высокая стоимость оборудования и программного обеспечения, большие затраты на эксплуатацию систем искусственного интеллекта [4; 5; 10; 11–14].

Рекомендации, направленные на эффективное внедрение и применение инструментов искусственного интеллекта в телевещательной индустрии

Не трудно заметить, что выявленные в ходе проведённого исследования риски и проблемы требуют их решения на макро- мезо- и микроуровнях управления. В

данном контексте нами предложены рекомендации по совершенствованию практики внедрения и развития инструментов искусственного интеллекта в телевещательной индустрии.

1. На уровне государства:

- разработка законодательных и нормативно-правовых актов, регулирующих использование инструментов искусственного интеллекта в медиаиндустрии;
- стимулирование интеллектуальных разработок и IP-стартапов на базе искусственного интеллекта для телевещательной индустрии;
- оказание финансовой поддержки телекомпаниям по созданию корпоративных систем искусственного интеллекта.

2. На уровне профессионального сообщества:

- совершенствование профессиональной подготовки будущих журналистов, обновление образовательных программ и технологий обучения в профильных вузах с целью приобретения обучаемыми актуальных компетенций в области искусственного интеллекта и роботизированных технологий;
- разработка обучающих программ, курсов, семинаров в сфере дополнительного образования для всех сотрудников телевизионных редакций с целью приобретения ими актуальных компетенций в сфере искусственного интеллекта;
- разработка свода этических и моральных правил применения инструментов искусственного интеллекта в телевещательной индустрии.

3. На уровне телекомпаний:

- разработка стратегии внедрения инструментов искусственного интеллекта в телекомпанию;
- совершенствование методов управления системой искусственного интеллекта в телекомпании;
- создание корпоративных экосистем искусственного интеллекта;
- определение границ применения искусственного интеллекта в редакционной деятельности;
- обеспечение прозрачности в принятии решений искусственным интеллектом;
- формирование у сотрудников телекомпаний цифровых компетенций, умений и навыков работы с инструментами искусственного интеллекта.

Заключение

Проведённое исследование позволяет сделать вывод, что применение инструментов искусственного интеллекта позволяет телекомпаниям быстро адаптироваться к изменяющимся условиям цифровой медиасреды. При этом очевидно, что в ближайшем будущем большинство редакционных процессов будут основаны на инструментах искусственного интеллекта. Со всей уверенностью можно утверждать, что искусственный интеллект открывает новые возможности для телекомпаний:

- ускоряет процесс адаптации телекомпаний к изменяющимся технологическим условиям медиасреды, повышает цифровую компетентность персонала, качественно улучшает работу журналистов, освобождает их от выполнения рутинных действий;
- улучшает качество, уникальность и оригинальность контента, сокращает сроки его создания, увеличивает скорость публикаций новостной информации, способствует созданию интерактивных и мультимедийных программ;

- обеспечивает быстрый доступ к большим данным, актуальной информации и аналитике, ускоряет процесс принятия решений;
 - способствует привлечению новой аудитории, расширяет способы взаимодействия с потребителями, обеспечивает кастомизированный подход к аудитории;
 - обеспечивает экономическую эффективность деятельности телекомпании, способствует снижению всех видов издержек, расширяет маркетинговые возможности, повышает рост рейтинга и уровень конкурентоспособности телекомпании.
- Таким образом, внедрение инструментов искусственного интеллекта в телевещательную деятельность детерминирует инновационной дискурс её развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атанов А. А. Журналист по имени робот: вопросов больше, чем ответов // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. № 1. С. 210–215. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(1).210-215
2. Варганова Е. Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы // Меди@льманах. 2022. № 1 (108). С. 8–13. DOI: 10.30547/medialmanah.1.2022.813
3. Виноградова К. Е. Развитие искусственного интеллекта и трансформация журналистики: новые возможности и вызовы // Гуманитарный вектор. 2023. Т. 18. № 3. С. 121–130. DOI: 10.21209/1996-7853-2023-18-3-121-130
4. Залова С. М. Журналистика, основанная на технологиях искусственного интеллекта // Известия Южного федерального университета. 2022. Т. 26. № 3. С. 184–195. DOI: 10.18522/1995-0640-2022-3-184-195
5. Замков А. В. Новостной медиаробот: теоретические аспекты интеллектуальной системы генерации контента // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. № 2. С. 260–273. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(2).260-273
6. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике / С. Г. Давыдов, А. В. Замков, М. А. Крашенинникова, М. М. Лукина // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2023. № 5. С. 3–21. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321
7. Кульчицкая Д. Ю., Фролова Т. И. Компьютерные алгоритмы в работе российских информационных агентств (на примере ИА Интерфакс и ТАСС) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2020. № 1. С. 3–19. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2020.3-19
8. Лукина М. М., Палашина Е. А. Сравнительный анализ структурно-содержательных элементов машинных и журналистских новостных сообщений // Меди@льманах. 2019. № 1. С. 72–84.
9. Першина Е. Д. Новостные ленты на основе машинного обучения как площадки для дистрибуции контента в России // Медиаскоп: электронный научный журнал. 2019. Вып. 2. DOI: 10.30547/mediascope.2.2019.6 URL: <http://www.mediascope.ru/2547> (дата обращения: 04.10.2024).
10. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию / А. В. Замков, М. А. Крашенинникова, М. М. Лукина, Н. А. Цынарёва // Медиаскоп: электронный научный журнал. 2017. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2295> (дата обращения: 11.10.2024).
11. Соколов В. А. Мишункина М. Н. Критерии идентификации текстов медиакоммуникации, сгенерированных искусственным интеллектом // Вестник Академии медиаиндустрии. 2023. № 3. С. 17–35.
12. Фомина А. Н. Перспективные направления развития технологий искусственного интеллекта в телеиндустрии // Креативная экономика 2022. Т. 36. № 3. С. 1081–1100. DOI: 10.18334/ce.16.3.114306

13. Фомина А. Н. Проблемы и перспективы развития рынка искусственного интеллекта в России // Вопросы инновационной экономики. 2022. Т. 12. № 2. С. 1051–1068. DOI: 10.18334/vines.12.2.114607
14. Чертовских О. О. Искусственный интеллект на службе современной журналистики: история, факты и перспективы развития // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 3. С. 555–568. DOI: 10.17150/2308-6203.2019
15. Шнайдер А. А. Тренды массмедиа: применение искусственного интеллекта, машинного обучения, SEO-инструментов и дата-журналистики в контексте мирового медиаландшафта // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2022. Т. 21. № 6: Журналистика. С. 59–68. DOI: 10.25205/1818-7919-2022-21-6-59-68

REFERENCES

1. Atanov A. A. [A Journalist Named Robot: There Are More Questions Than Answers]. In: *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of Theory and Practice of Journalism], 2019, no. 1, pp. 210–215. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(1).210–215
2. Vartanova E. L. [The Changing Architecture of Media and Digital Platforms]. In: *Media@lmanakh* [Media@lmanakh], 2022, no. 1 (108), pp. 8–13. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813
3. Vinogradova K. E. [The Development of Artificial Intelligence and the Transformation of Journalism: New Opportunities and Challenges]. In: *Gumanitarnyi vector* [Humanitarian Vector], 2023, vol. 18, no. 3, pp. 121–130. DOI: 10.21209/1996-7853-2023-18-3-121-130
4. Zalova S. M. [Journalism Based on Artificial Intelligence Technologies]. In: *Izvestiia Iuzhnogo federalnogo universiteta* [Proceedings of the Southern Federal University], 2022, vol. 26, no. 3, pp. 184–195. DOI: 10.18522/1995-0640-2022-3-184-195
5. Zamkov A. V. [News Media Robot: Theoretical Aspects of an Intelligent Content Generation System]. In: *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Issues of Theory and Practice of Journalism], 2019, no. 2, pp. 260–273. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(2).260-273
6. Davydov S. G., Zamkov A. V., Krashennnikova M. A., Lukina M. M. [The Use of Artificial Intelligence Technologies in Russian Media and Journalism]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Bulletin of the Moscow University. Series: 10: Journalism], 2023, no. 5, pp. 3–21. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321
7. Kulchitskaya D. Yu., Frolova T. I. [Computer Algorithms in the Work of Russian News Agencies (Using the Example of Interfax and TASS News Agencies)]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Bulletin of the Moscow University. Series: 10: Journalism], 2020, no. 1, pp. 3–19. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2020.3–19
8. Lukina M. M., Palashina E. A. [Comparative Analysis of the Structural and Content Elements of Machine and Journalistic News Reports]. In: *Media@lmanakh* [Media@lmanakh], 2019, no. 1, pp. 72–84.
9. Pershina E. D. [Machine Learning-Based News Feeds as Platforms for Content Distribution in Russia]. In: *Mediascope: elektronnyi nauchnyi zhurnal* [Mediascope: An Electronic Scientific Journal], 2019, iss. 2. DOI: 10.30547/mediascope.2.2019.6 Available at: <http://www.mediascope.ru/2547> (accessed: 04.10.2024).
10. Zamkov A. V., Krashennnikova M. A., Lukina M. M., Tsynareva N. A. [Robotic Journalism: From Scientific Discourse to Journalistic Education]. In: *Mediascope: elektronnyi nauchnyi zhurnal* [Mediascope: An Electronic Scientific Journal], 2017, iss. 2. Available at: <http://www.mediascope.ru/2295> (accessed: 04.10.2024).
11. Sokolov V. A., Mishunkina M. N. [Criteria for Identification of Media Communication Texts Generated by Artificial Intelligence]. In: *Vestnik Akademii mediaindustrii* [Bulletin of the Academy of Media Industry], 2023, no. 3, pp. 17–35.

12. Fomina A. N. [Promising Directions for the Development of Artificial Intelligence Technologies in the Television Industry]. In: *Kreativnaia ekonomika* [Creative Economy], 2022, vol. 36, no. 3, pp. 1081–1100. DOI: 10.18334/ce.16.3.114306
13. Fomina A. N. [Problems and Prospects of Development of the Artificial Intelligence Market in Russia]. In: *Voprosy innovatsionnoi ekonomiki* [Issues of Innovative Economics], 2022, vol. 12, no. 2, pp. 1051–1068. DOI: 10.18334/vinec.12.2.114607
14. Chertovskikh O. O. [Artificial Intelligence in the Service of Modern Journalism: History, Facts and Development Prospects]. In: *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of the Theory and Practice of Journalism], 2019, vol. 8, no. 3, pp. 555–568. DOI: 10.17150/2308-6203.2019
15. Schneider A. A. [Trends in Mass Media: The Use of Artificial Intelligence, Machine Learning, SEO Tools and Data Journalism in the Context of the Global Media Landscape]. In: *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Novosibirsk State University. Series: History, Philology], 2022, vol. 21, no. 6: Journalism, pp. 59–68. DOI: 10.25205/1818-7919-2022-21-6-59-68

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Фомина Александра Николаевна – кандидат экономических наук, корреспондент службы информационных программ телевидения филиала ФГУП ВГТРК «Государственная телевизионная и радиовещательная компания “Брянск”»;
e-mail: fnv32@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Alexandra N. Fomina – Cand. Sci (Economic); TV News Correspondent, Federal State Unitary Enterprise VGTRK State Television and Radio Broadcasting Company “Bryansk” (Branch);
e-mail: fnv32@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Фомина А. Н. Инновационное развитие телевещательной индустрии в контексте искусственного интеллекта // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: Экономика. 2025. № 2. С. 110–121.
DOI: 10.18384/2949-5024-2025-2-110-121

FOR CITATION

Fomina A. N. Innovative development of the broadcasting industry in the context of artificial intelligence. In: *Bulletin of Federal State University of Education. Series: Economics*, 2025, no. 2, pp. 110–121.
DOI: 10.18384/2949-5024-2025-2-110-121