

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

ПЕТРЕНКО ДЕНИС ПАВЛОВИЧ

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И НЕЙРОСЕТЕЙ
В СОЗДАНИИ КОНТЕНТА ДЛЯ ЦИФРОВЫХ МЕДИА**

автореферат магистерской работы

направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
юридического факультета

Саратов, 2025 год

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского государственного университета

Научный руководитель – доцент, канд.фил.наук, доцент Додыченко Е.А.

Выпускающая организация – юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы. В условиях стремительной цифровизации и технологического прогресса возрастает значимость исследования применения ИИ и нейросетей в создании медиаконтента. ИИ уже активно используется для автоматизации креативных процессов, включая генерацию текстов, изображений, аудио- и видеоматериалов. Алгоритмы глубокого обучения демонстрируют высокую эффективность в производстве качественного и правдоподобного контента, что открывает новые горизонты для различных сфер – от журналистики и образования до рекламы и индустрии развлечений.

Изучение данной тематики представляется обоснованным в связи с рядом причин. В настоящее время наблюдается активное развитие и рост интереса к технологиям ИИ со стороны как академического сообщества, так и профессионалов медиаиндустрии. Применение ИИ в автоматизации творческих процессов способствует оптимизации производственных ресурсов, ускорению контентного цикла и реализации персонализированных стратегий взаимодействия с аудиторией. Кроме того, в условиях цифровой трансформации возрастает значимость инструментов, обеспечивающих интерактивность и обратную связь при создании и распространении медиапродуктов.

В то же время применение ИИ в медиа сопровождается целым рядом этических и социальных вызовов. Возникают вопросы, связанные с авторскими правами, фальсификацией информации, снижением роли человека в производстве и потреблении контента. Недостаток регламентов и методических рекомендаций по этичному использованию ИИ в цифровых медиа усугубляет проблему. Это требует систематизации существующих практик и разработки новых подходов к взаимодействию человека и интеллектуальных систем в медиапроизводстве.

Современные исследования подтверждают, что ИИ становится не только вспомогательным инструментом, но и полноправным участником медиапроцессов. Он влияет на природу творчества, трансформирует способы

коммуникации, меняет представление о роли медиасоздателя и потребителя. Такие изменения требуют научного осмысления, поскольку они касаются не только технических аспектов, но и философско-культурных оснований медиапроизводства в эпоху цифровизации.

Таким образом, всё ранее упомянутое говорит о том, что интеграция ИИ в сферу цифровых медиа представляет собой как перспективный, так и сложный процесс, требующий внимательного научного подхода. Понимание специфики применения ИИ, осмысление его влияния на коммуникационные процессы и развитие умений этичного и эффективного использования данных технологий помогут добиться значительного прогресса в создании конкурентоспособного, качественного и социально ответственного медиаконтента.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в проведении анализа и оценке влияния применения ИИ и нейросетей на процессы создания контента для цифровых медиа через практическое использование ИИ-инструментов и создание контента для социальных сетей.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- выявить роль цифровых медиа в современном коммуникационно-информационном пространстве и их определение;
- проанализировать теоретические аспекты создания и распространения медиаконтента;
- рассмотреть применение ИИ и нейросетей при работе с текстами и визуальными материалами;
- осуществить анализ примеров использования данной технологии при создании контента;
- изучить применимость для ведения страницы в социальных сетях;
- рассмотреть потенциал нейросетевых инструментов в производстве контента для цифровых медиа.

Теоретическая значимость работы состоит в комплексном рассмотрении определений, характеристик и особенностей цифровых медиа; анализе параметров и специфики информационного, коммуникативного и

информационно-коммуникационного пространства с акцентом на его структуру, свойства, уровни, функции и трансформацию под воздействием технологий; определении роли цифровых медиа и влияния цифровизации на коммуникационно-информационное пространство; изучении каналов цифровых медиа; раскрытии понятий медиаконтента, его форм, истории формирования концепции, роли и принципов построения, включая конвергентность и трансмедийность; рассмотрении подходов к формированию цифрового медиаконтента на основе визуальности, мультимедийности и интерактивности; описании каналов распространения и универсальных этапов создания медиаконтента; проведении комплексного анализа влияния ИИ и нейросетей на процессы создания контента для цифровых медиаплатформ, что расширяет теоретические представления о взаимодействии человека и машин в креативных процессах; выявлении роли современных ИИ-инструментов генерации текстового, аудиального и визуального контента, а также приведении примеров их внедрения в телевидении, журналистике, радио, рекламе и PR; и, наконец, осуществлении обоснованного сравнительного анализа преимуществ и ограничений применения ИИ в медиаиндустрии, способствующего углубленному пониманию возможностей и рисков цифровых технологий в сфере медиакреатива.

Практическая ценность работы – проявляется в её способности предоставить практические рекомендации и решения для создателей контента и представителей цифровых медиа-платформ. Исследование позволяет оценить преимущества и ограничения использования ИИ и нейросетей в процессе создания контента и выявить наиболее эффективные методы его применения

Структура работы включает введение, две главы, заключение, список использованных источников и приложения. Во введении обосновывается актуальность исследуемой темы, определяются объект и предмет исследования, а также формулируются цель и задачи работы. В первой главе рассматриваются теоретические аспекты, во второй – проводится аналитическая работа на основе эмпирических данных, а также приводятся примеры ведения социальных сетей,

включая личный опыт создания контента с использованием ИИ. В заключении делаются общие выводы и анализируются достигнутые результаты.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «Теоретические аспекты цифровых медиа, роли ИИ и нейросетей в создании контента» кратко раскрываются понятие и особенности цифровых медиа как интерактивных, мультимедийных сетевых форм, их отличие от традиционных СМИ и влияние на информационно-коммуникационное пространство. Описываются трансформация этого пространства под воздействием цифровизации и глобализации, его многослойная структура и связь с социальными институтами, а также роль рекламы в формировании потребительской культуры. Развитие интернет-инфраструктуры и соцсетей ускорило обмен информацией, сократило аудиторию печатных СМИ и привело к массовому росту пользователей онлайн-платформ. Цифровые медиа отличаются интерактивностью, мультимедийностью, персонализацией и глобальным охватом, проникая во все сферы жизни.

Исследование охватывает разнообразие медиаконтента – от текстов до видео, – и основные каналы распространения, включая традиционные и цифровые платформы. Прослеживается эволюция медиаконтента от печатных форматов до современных VR и AR-технологий, с акцентом на рост влияния онлайн-платформ и персонализированного контента. Рассматриваются функции медиаконтента: информирование, реклама, просвещение, социализация и развлечение. Подчеркивается трансформация медиа в условиях цифровизации, где смартфоны играют центральную роль в потреблении, а медиаконтент становится инструментом построения сообществ и PR, требуя системного подхода к созданию.

Исследование демонстрирует широкий потенциал ИИ и нейросетей в создании и анализе цифрового контента. Инструменты ИИ значительно ускоряют и улучшают обработку текста, изображений и видео, расширяя творческий потенциал пользователей. Нейросети на основе обработки

естественного языка автоматизируют генерацию статей, чат-ботов и других текстовых материалов, сокращая рутинные медиа-процессы. При этом созданные ИИ тексты нередко нуждаются в редакторской верификации из-за возможных неточностей и ограничений в передаче метафор, юмора и глубоких смыслов. Для генерации визуального контента (фото, анимации и 3D-моделей) применяются GAN, трансформеры и другие технологии, что находит практическое использование в дизайне, медицине, архитектуре и образовании.

В результате было выявлено, что активное внедрение ИИ и нейросетей в медиаиндустрию значительно ускоряет и упрощает процессы создания контента, открывая новые возможности. ИИ позволяет автоматизировать рутинные задачи, что освобождает творческих специалистов для более сложных и оригинальных идей. Это приводит к повышению эффективности производства медиапродуктов и расширению доступности их производства. Вместе с тем появляются этические и практические риски: утрата оригинальности, необходимость строгой редакторской проверки, вопросы авторского права и алгоритмической предвзятости. Для их решения разрабатываются новые правовые и этические нормы. Несмотря на эти сложности, постоянное совершенствование алгоритмов ИИ указывает на его возрастающую роль в формировании будущего информационного пространства, делая его незаменимым инструментом для медиапроизводства.

Во второй главе «Практика применения ИИ и нейросетей в создании контента для цифровых медиа» рассматривается использование ИИ для оптимизации производства контента в цифровых медиа. ИИ повышает эффективность медиа: в телевидении и радиостанциях оно автоматизирует выпуски, создаёт виртуальных и гибридных ведущих, в соцсетях – виртуальных инфлюенсеров для маркетинга, а в традиционных СМИ – генерацию новостей, персонализацию и анализ общественного мнения.

Значительное внимание уделено применению ИИ в рекламе, PR и цифровых коммуникациях. Компании используют ИИ для автоматической генерации текстов, создания визуального и мультимедийного контента, а также

для оптимизации SEO и маркетинговых кампаний. Подчеркивается, что максимальный эффект достигается при сочетании возможностей машин и творческого контроля человека.

Также была проведена серия интервью с блогерами и администраторами сообществ «ВКонтакте», использующими ИИ. Были проанализированы размеры аудитории участников и специфика применения ИИ в сообществах разного масштаба. Блогеры используют ИИ для создания визуального, текстового и видеоконтента, чтобы ускорить производство, сэкономить время и расширить творческие возможности, но по-прежнему считают человека главным автором, особенно в вопросах креатива.

Одна из центральных задач исследования заключалась в реализации экспериментального проекта по внедрению ИИ и нейросетей в процесс создания контента для социальных сетей и их ведения. Целью было продемонстрировать эффективность ИИ в генерации разнообразного контента и разработке практических кейсов. Для этого была поставлена цель по SMART, проведён всесторонний анализ целевой аудитории (в том числе с использованием методики 5W), а также конкурентной среды (включая модель пяти сил Портера), дополнительно было проведено исследование внешней среды посредством PEST-анализа и проведены другие исследования. Аккаунты были запущены в декабре 2024 года на платформах «Одноклассники», «Телеграм», «Яндекс Дзен» и в формате сообщества «НейроКонтент: AI Story Lab» на базе существующей группы «ВКонтакте».

За пять месяцев наибольший прирост аудитории показал проект во «ВКонтакте» благодаря широкой базе пользователей и развитым коммуникационным инструментам. Проанализированы 13 публикаций с конца декабря 2024 по начало мая 2025 года – от анонсов и праздничных постов до профессиональных материалов. Учитывались просмотры, лайки, репосты, комментарии и их тональность. Аудитория проявляла стабильный интерес, большинство отзывов были положительными, а критика давала полезную обратную связь. Особое внимание в анализе было уделено последним

публикациям, посвященным применению ИИ в рекламе и PR, которые получили преимущественно положительные отклики. Апрельский SWOT-анализ выявил инновации и вовлеченность как сильные стороны, а также угрозы конкуренции и перенасыщенности рынка. В целом, результаты показывают активный интерес подписчиков к ИИ-контенту и перспективы его использования в рекламе и PR.

Параллельно было проведено онлайн-исследование среди молодых пользователей цифровых медиа (18-24 года) – опрошено 122 человека. Опрос показал, что у них есть базовые знания и навыки работы с ИИ. Более половины регулярно используют ИИ для создания текстов и изображений, чтобы экономить время. Несмотря на признание потенциала ИИ, участники выражают опасения по поводу качества и технических сложностей. Преобладает мнение о будущем сотрудничестве человека и ИИ как дополняющего инструмента, что отражает интерес молодежи к ИИ и осознание его возможностей и рисков.

В конечном итоге, исследование подтверждает, что ИИ и нейросети всё активнее входят в создание цифрового контента, ускоряя процессы, снижая затраты и персонализируя взаимодействие с аудиторией. Однако роль человека остаётся ключевой для эмоциональной глубины, креативности и этического контроля. За этим стоят и мнения экспертов, и интервью с блогерами, и результаты опроса молодых пользователей, которые ждут от ИИ пользы с оговоркой о качестве и доверии.

В заключение работы автором излагаются основные выводы и практические рекомендации. Установлено, что ИИ и нейросети значительно повышают эффективность создания и распространения цифрового контента, автоматизируя рутинные задачи и снижая затраты. Однако человеческое участие остаётся критически важным для креативности, эмоциональной выразительности и формирования доверия аудитории. Практические кейсы и эксперимент по созданию медиаканала с использованием ИИ подтвердили потенциал этих технологий для привлечения и вовлечения аудитории, однако подчеркнули необходимость этического регулирования и дальнейшей

доработки генерируемого контента. ИИ рассматривается как вспомогательный инструмент, а не как альтернатива человеку. Автор предлагает внедрение гибридных моделей взаимодействия, в которых ИИ отвечает за создание первичных материалов, а человек осуществляет их финальную доработку, сохраняя творческий контроль и индивидуальность. Также рекомендуется обеспечивать прозрачность в информировании аудитории об использовании ИИ, развивать образовательные программы для подготовки специалистов нового типа и продолжать исследование эффективных форм сотрудничества между человеком и ИИ в сфере креативных индустрий.

Основные положения магистерской работы представлялись в виде докладов на международных и всероссийских научно-практических конференциях, в числе которых V Всероссийская научно-практическая конференция «ИТО-Саратов-2023», ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского», 2-3 ноября 2023 года; VII Международная научно-практическая конференция «Коммуникации в условиях цифровой трансформации» (CDT-2023), ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», 28-29 ноября 2023 года; XII Всероссийская научно-практическая конференция «Картина мира в системно-структурном и антропоцентрическом аспектах», ФГБОУ ВО «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема», 30 ноября 2023 года; Всероссийская научно-практическая конференция «Государство и гражданское общество: уровень доверия», ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный технический университет», 30 ноября – 1 декабря 2023 года (диплом 3 степени); Национальная научно-практическая конференция с международным участием «Медиакоммуникационные технологии», ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения», 20 декабря 2023 года; XV Международный Конституционный Форум, посвященный 30-летию принятия Конституции РФ, ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского» и др., 13-15

декабря 2023 года; XVII Международная научно-практическая конференция на тему: «Актуальные проблемы правового, социального и политического развития России», ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского», 18 апреля 2024 года (диплом за II место); VII Всероссийская молодежная научно-практическая конференция «Проблемы современной экономики и прикладные исследования: молодежные проекты», АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации» Владимирский филиал, 11 апреля 2024 года (диплом III степени); Всероссийская научно-практическая конференция «Современные медиакommunikации: контент и технологии», ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», 21-22 ноября 2024; XVI Международный Конституционный Форум, ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» и др., 18-20 декабря 2024 года (диплом за II место); XI Международная научно-практическая конференция «Экономика в социокультурном пространстве современности: проблемы, решения, прогнозы», АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации» Владимирский филиал, 21 ноября 2024 года; Международная научно-практическая конференция «Медиакommunikационные технологии и управление проектами в творческих индустриях: актуальные вопросы и перспективные решения», ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения», 20 декабря 2024 года; 10-я Всероссийская национальная научно-практическая конференция с международным участием «Проблемы развития современного общества», Северо-Кавказский федеральный университет, Пятигорский институт (филиал) и др., 23-24 января 2025 года (диплом I степени); XII Дыльновские чтения «Российская цивилизация: социологическая рефлексия современной реальности», ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» и др., 12 февраля 2025 года. Помимо этого, апробация исследования проводилась в рамках стратегических сессий, конкурсов научно-

исследовательских, научных, методических и творческих работ, а также круглых столов.