



ГЕНЕРАТИВНЫЕ МЕДИА: ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА, ВОСПРИЯТИЕ GENERATIVE MEDIA: THEORY, PRACTICE, RECEPTION

DOI: 10.22363/2312-9220-2026-31-1-251-264

EDN: TTHFWG

УДК 004.89:130.2

Дискуссионная статья / Position Paper

Эпоха искусственного интеллекта в медиа: концепция «раб – сюзерен – коллега»

И.Н. Кемарская 

Академия медиаиндустрии, Москва, Российская Федерация
✉ kemarskaya2011@yandex.ru

Аннотация. Эпоха генеративного искусственного интеллекта (ИИ) в медиа ставит перед исследователями и практиками философско-концептуальные вызовы, связанные с алгоритмизацией креативных процессов. Устоявшийся дискурс, сводящий роль ИИ к дихотомии «инструмент или угроза», теряет теоретическую состоятельность при попытках описания сложной амбивалентной природы взаимоотношений журналиста-медиапрактика и цифрового алгоритма. В данной статье автор последовательно «расшатывает» дуалистический подход, подтверждая необходимость более синкретичного взгляда и введения в оборот нового дискурсивного аппарата. В качестве его основы предложена концептуальная метафорическая триада «раб – сюзерен – коллега». Данная модель проявляет динамичную парадоксальную сущность ИИ, который в медийной практике функционирует одновременно и как подконтрольный исполнитель, и как задающий правила игры «сверхавтор», и как квазисубъект-сотворец, меняющий традиционные границы соавторства. Цель статьи – наметить вектор изучения машинно-человеческого медийного альянса, инициировать междисциплинарную дискуссию о содержании понятий креативности и авторства в медиа, а также границ профессиональной этики в транзитивных условиях исследовательской повестки медиакоммуникативистики.

Ключевые слова: генеративный искусственный интеллект, медиакоммуникации, журналистика, концептуальная модель, творчество, цифровая трансформация, профессиональная этика, дискурс

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 12 ноября 2025 г.; отрецензирована 9 декабря 2025 г.; принята к публикации 14 декабря 2025 г.

© Кемарская И.Н., 2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Для цитирования: *Кемарская И.Н.* Эпоха искусственного интеллекта в медиа: концепция «раб – сюзерен – коллега» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2026. Т. 31. № 1. С. 251–264. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-1-251-264> EDN: TTHFWG

The Era of Artificial Intelligence in Media: The “Slave – Suzerain – Colleague” Concept

Irina N. Kemarskaya 

Media Industry Academy, Moscow, Russian Federation

✉ kemarskaya2011@yandex.ru

Abstract. The era of generative artificial intelligence (AI) in media presents philosophical and conceptual challenges for researchers and practitioners in the field of creative processes algorithmizing. The established discourse, which reduces the AI role to the dichotomy of “tool or threat”, loses theoretical coherence when attempting to describe the complex, ambivalent nature of the relationship between the journalist/media practitioner and the algorithm. In this article, the author consistently “shakes” the dualistic approach, confirming the need for a more syncretic view and the introduction of a new discursive apparatus. As its foundation, the metaphorical conceptual triad of “slave-overlord-colleague” is proposed and developed. This model captures the dynamic and paradoxical nature of AI, which in media practice functions simultaneously as a controlled performer, as a rule-setting “super-author”, and as a quasi-subject-co-creator, redefining the traditional boundaries of co-authorship. The purpose of this article is to outline a vector for studying the machine-human media alliance and to initiate an interdisciplinary discussion about the concepts of creativity and authorship in media, as well as about the boundaries of professional ethics in the transitive conditions of the research agenda of media communication studies.

Keywords: generative artificial intelligence, media communications, journalism, conceptual model, creativity, digital transformation, professional ethics, discourse

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted November 12, 2025; revised December 9, 2025; accepted December 14, 2025.

For citation: Kemarskaya, I.N. (2026). The Era of Artificial Intelligence in Media: The “Slave – Suzerain – Colleague” Concept. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 31(1), 251–264. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-1-251-264> EDN: TTHFWG

Введение

Проникновение искусственного интеллекта в сферу медиапроизводства знаменует не просто очередной технологический скачок, но и культурный разлом. Алгоритмизация творческих решений в эпоху цифры бросает вызов самим основаниям человеческой исключительности – способности к смыслопорождению, к авторству. Медиа, будучи нервной системой общества, оказываются на передовой этого концептуального столкновения. Если машина

Тьюринга повышала способность человека справляться со сложностью эмпирического мира, то современные кибернетические системы с открытой обратной связью предполагают решения иного порядка – «автоматизацию автоматизации». Машинное расширение когнитивной деятельности человека неизбежно наносит «цифровые травмы» непосредственным контактерам (Шомова, Качкаева, 2024). Предоставление ИИ-технологиям не только посреднических (как «медиаторам действительности»), но и творческих функций трансформирует рутинные практики и модели поведения креаторов-людей (Ушкин и др., 2022). Скорости перемен вызывают к иной адаптации и непрерывающемуся аналитическому мониторингу.

Наблюдая стремительное проникновение ИИ в редакционные процессы – от генерации заголовков и пресс-релизов до сложных расследований на основе больших данных – приходится констатировать распыленность академической рефлексии. Исследователи констатируют недостаточность оперирования бинарными категориями при описании гибридной медиареальности (Сычев, 2024; Тихонюк, 2024). Смещение фокуса в сторону катастрофического нарратива, конструирования образа ИИ как «похитителя профессий» сводит сложный феномен к парадигме «новой этики», к «культуре отмены», блокируя целостное понимание уже состоявшегося соавторства журналиста с «нечеловеческим» агентом.

Существующие концепции соавторства нагружены антропоморфными коннотациями, затемняющими природу взаимодействия журналиста с генеративным ИИ, при этом логика цифровой автоматизации окрашивает сферы аффектов и чувств, лингвистических компетенций, способы сотрудничества, формы познания и желаний (Паризи, 2019). С целью выхода за границы бинарного мышления и расширения понимания феномена ИИ в медиaprостранстве можно использовать образное моделирование с привлечением тех же антропоморфных коннотаций.

Метафорическая модель априори не в состоянии претендовать на точность воспроизведения реальности. В отличие от представителей естественных наук, сопровождающих исследования в области ИИ формулами и выкладками, гуманитариям приходится ради наглядности оперировать условными символами: «Это наша отечественная школа анализа, теория, избегающая жестких понятий, иностранных слов в пользу сравнений и иносказаний. И она точнее и вернее передает многоаспектность той звукозрительной образности, вне которой нет ни теле-, ни киноинформации, которая в термин не вмещается, – перевод этой информации в словесность, простое описание, представляет для исследователя аналитическую задачу» (Малькова, 2016, с. 119). В случае с ИИ описательный «перевод цифры в словесность» требуется ради выявления «второй», нечеловеческой природы креативного актора, воссоздания индивидуальной и коллективной истории взаимодействия участников коммуникации с цифровыми объектами (Спиваков, 2021).

Центральный тезис данной статьи заключается в отказе от поиска единственной, всеобъемлющей метафоры для позиционирования ИИ в медиа.

Вместо нее предлагается динамичная ситуационная модель, способная фиксировать внутреннюю неоднозначность описываемых ролей. В качестве такой модели рассматривается концептуальная триада позиционирования ИИ: «раб – сюзерен – коллега». (Научная «нестрогость смыслов» и лексическая лакунизация используемых понятий принимается во внимание.) Предложенная триада маркирует три различных подхода к восприятию ИИ человеком-журналистом. При этом остается возможной одновременная актуализация всех трех ролей в рамках одного рабочего процесса. В режиме «раб» ИИ выступает как идеальный поденщик, лишенный собственной воли. В режиме «сюзерен» неявные предустановки, зашитые в черный ящик алгоритмов, начинают диктовать свои условия, которым вынужден подчиняться уже не ИИ, а автор-человек. В режиме «коллега» возникает иллюзия диалога и паритетности взаимодействия обоих партнеров.

Цель моделирования – наметить возможности обоснования эвристического потенциала каждого из положений триады, анализируя попутно возникающие противоречия. Задачей систематизации следует считать не окончательные выводы, а запуск новой волны дискуссионной рефлексии, в фокусе которой окажутся интуитивные догадки и наблюдения по поводу конфигурации творчества, власти и ответственности новых игроков на медийном поле.

Материалы и методы

Методологическая основа статьи – междисциплинарный синтез, направленный на концептуальное моделирование. Поскольку цель исследования – не эмпирическая верификация, а создание и обоснование новой аналитической модели, ее конструирование строится на пересечении трех исследовательских перспектив. В контексте концептуально-позиционного моделирования была спроектирована триада «раб – сюзерен – коллега» путем синтеза теории медиа, психологии творчества и когнитивных наук, а также семиотики и медиалингвистики. Сравнительно-аналитический метод позволил сопоставлять различные подходы к пониманию последствий внедрения автоматизированных систем в журналистику, их влияния на технологии производства, следовательно, на самопозиционирование креаторов. Метод анализа исследовательского контента использовался для решения критериальной проблемы обоснования категориальных разграничений. Автора интересовал поиск исключений из систем кластеризации аналитических практик. Методы машинной обработки текстов публикаций с помощью ИИ автором не использовались.

Результаты и обсуждение

Прежде чем обратиться к собственно моделированию, видится целесообразным прояснить два внутренних противоречивых момента, скорее подразумеваемых, чем доказуемых. Первый – это *креативность* как составляющая работы журналиста-медиапрофессионала. «Креативные идеи „отфильтровы-

ваются“ через структуры понятийного и метакогнитивного опыта субъекта» (Ильин, 2012, с. 184). Но формально профессиональными задачами журналиста являются не творчество, а поиск, получение и распространение информации¹. Креативность (как способность привнесения в создаваемые медиапродукты генеративного элемента) остается не декларируемым, а подразумеваемым требованием к профессии, «внутрицеховым» критерием, по которому результат труда журналиста ранжируется во мнении коллег. Именно творческая состоятельность профессионала, его самоидентификация, оказались под давлением наступающих нейросетей (Кемарская, 2024; Уразова, 2023).

Машинное участие в интеллектуальной деятельности связано с регулируемой алгоритмизацией творческих процессов, что можно понимать и как соавторство особого рода. Но соавторство как предмет научной рефлексии рассматривается в основном в юридическом ключе, в плане юридических аспектов авторских прав. Применительно к ИИ основная правовая норма сводится к тому, что «согласно действующему российскому законодательству ИИ не может иметь правосубъектность, так как не подходит под необходимые для этого критерии, а именно: наличие правоспособности, дееспособности и деликтоспособности» (Григаревичус, 2025, с. 80). Понятие ИИ закреплено в Указе Президента Российской Федерации от 10.10.2019 № 490 и Федеральном законе от 24.04.2020 № 123-ФЗ, где ИИ определяется как комплекс технологических решений, позволяющих имитировать когнитивные функции человека: автором признается тот, кто использует ИИ, и право авторства возникает у креатора-пользователя в том случае, если его деятельность по формулированию запроса (промта) носит творческий характер.

Однако коллегиальное творчество с участием ИИ уже обретает в ходе практики юридические нормы. В качестве прецедента нового типа аналитики приводят решение Народного суда округа Наньшань (КНР) от 25.11.2019 об удовлетворении иска о признании авторских прав программы Dreamwriter на статью, сгенерированную, по мнению суда, в соответствии с критериями литературного произведения: осознанного подбора информации, анализа, логики и оригинальности (Потапенко, 2025).

С учетом этой преамбулы рассмотрим модель трех вариантов рабочих связей медиаспециалиста с ИИ.

Ситуация первая: ИИ – «раб», инструмент, полностью подчиненный человеку. Природа этого обличья ИИ больше других проанализирована теоретиками, поскольку появление «умных колонок», чат-ботов и самонастраивающихся поисковых систем уже изменило поведенческие ритуалы значительного числа людей, связанных с производством и потреблением медиапродуктов. Одним из основных преимуществ автоматизации постулировалась способность машинных алгоритмов выполнять рутинные задачи: сбор, сортировку и первоначальный анализ данных. «Первые создатели того, что они сами –

¹ См.: Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 23.07.2025) «О средствах массовой информации». Статья 47.

и мы вслед за ними – именуем „искусственным интеллектом“, ставили себе цель „догнать и перегнать“, воспроизвести и превзойти человеческие способности. <...> Роль ИИ может рассматриваться как роль Геракла, призванного на перебор накопляемого содержимого виртуального пространства. Но одновременно Геракл – ИИ – должен искать в нем жемчужные зерна. И когда зерна найдены, он обязан предъявить их хозяину» (Резаев, Трегубова, 2024, с. 110).

Общение с «умными» гаджетами-помощниками уже дало примеры смены привычных социальных практик, когда вместо того, чтобы «гуглить» или искать в Яндексе, пользователь переадресовывает вопрос смарт-девайсу. В качестве примера можно привести один из мемов, промелькнувший в Сети: *Печальный молодой человек спрашивает «умную колонку»: «Сири, скажи, почему у меня не складываются отношения с женщинами?..» А стоящий на столе прибор мстительно поправляет его: «Я – Алиса!»*.

Этой зарисовкой можно проиллюстрировать сразу четыре момента, осложняющие контакт с ИИ как с заведомо подчиненным: а) девайс «не понял» вопроса и ответил не на тот, что поставил пользователь, а на другой, более легкий; б) девайс заслужил у хозяина репутацию «доверенного лица», который мог бы адекватно вести диалог, не связанный с алгоритмическим поиском и перебором информации; в) девайс воспринимается как гендерно определенный субъект взаимодействия, антропологизируется в женском облике; г) девайс отождествляется с прислугой, к которой обращаются на «ты», но при этом ждут от нее эмоциональной реакции и осмысленного совета.

Результатом становится нарушение процесса обмена информацией, воспринимающееся как юмористическая ситуация (на взгляд стороннего наблюдателя, пользователя Сети). Но данный мем параллельно тестирует сетевого коммуниканта на социальную адекватность (по принципу: «свой – чужой»): читатель старшего поколения может не понять юмора, если он не знает имен смарт-колонок (Siri, Alexa, Алиса, Маруся и т.д.).

Разведывательные исследования коммуникативных сбоев в человеко-машинных взаимодействиях затрагивают уровень антропологизации ИИ, демонстрируя проблемы адаптации психики человека к восприятию помощи, предоставляемой ему машиной. Обращение на «ты» встроено в алгоритм ответов «умной колонки», но данная норма вежливости сама по себе таит расчет на определенный уровень власти запрашивающего помощь, аналогично ситуации общения с ребенком или со слугой. И часть пользователей принимает такую позицию: «Отношение к устройству достаточно утилитарное, коммуникация с ним подчинена логике определенных команд, благодарность за совершенное действие не естественна» (Ушкин и др., 2022, с. 370–371). То, что легко исправляется в обычном межличностном общении, вызывает напряжение во взаимодействии с ИИ.

Специфика работы в креативных индустриях, разительно поменявшаяся в сторону интенсификации одних видов деятельности и элиминации других, подпитывает поколенческий разлом, что выразилось в условном делении «хозяев» ИИ на «цифровых иммигрантов» (*digital immigrants*) и «цифровых абор-

ригенов» (*digital natives*). Интенсификация креативной деятельности обнуляет эффективные прежде навыки до-цифрового журналиста и больно бьет по его самооценке. Сам способ работы с ИИ предполагает постоянную погруженность в цифровую среду, а не старт-стопное обращение к ней: «Современные художники в полной мере используют визуальную систему восприятия информации и обладают клиповым мышлением. <...> Они прагматики, и информация нужна им для контроля над ситуацией. Парадокс: они так технологичны, что могут довести себя до эмоциональной нестабильности. Трудно представить, что они могут оставить где-нибудь свои гаджеты, но, если такое случится, будут чувствовать себя беспомощными» (Волкова, Лазутова, 2020, с. 70).

Продуктивно осваивать управление ИИ мешает и «петля обратной связи», означающая, что «поведение машины не задается оператором как раз и навсегда данное, неизменное. Оно может корректировать само себя» (Шомова, Качкаева, 2024, с. 9). Конфликтная ситуация вызревает из парадокса технологических принципов работы ИИ: относительно простые, подконтрольные человеку и доступные для понимания алгоритмы («слуги») не способны учесть всего многообразия элементов, влияющих на решение. Если же ИИ обучается анализировать большое количество факторов, его алгоритмы становятся «непрозрачными» (Сычев, 2023).

«Непрозрачный» алгоритм может генерировать так называемые «пузыри фильтров». Это еще один не отрефлексируемый в полной мере момент общения человека с внешне подчиненным ему ИИ. Обучаясь на исправляемых ошибках и работая все лучше, «раб» способен подспудно облегчать себе работу, выстраивая некую замкнутую «метавселенную» для одного человека, то есть подавая «хозяину» под видом объективно отобранной информации то, что тот хочет видеть и слышать. Возникает «эффект шкафа с зеркалами внутри». Контентный поиск, необходимый при любой креативной деятельности, обрывает уточняющимися ограничениями. Возникает риск подмены коммуникации между людьми диалогом пользователя со своим «цифровым двойником», размывания границ между реальностью и виртуальными конструктами. Конечно, ИИ пройдет первичный этап обработки эмпирического материала быстрее человека. Однако сворачивание этапа осмысленного отбора меняет расклад выборки: «Если при самостоятельном поиске человек анализирует разные ценностные позиции, то опора на ИИ ведет к тому, что он даже не будет знать о существовании альтернативных мнений» (Сычев, 2023, с. 43).

Ситуация вторая: ИИ – «сюзерен», главный в творческой связке. Возвращаясь к идее сотворчества человека и ИИ, следует обратить внимание на то, как меняется заявленное в начале статьи прежде устойчивое понимание креативности – способа генерировать что-то новое на базе уже существующего, врожденная способность человека *придумывать*. «Креативность не есть занятия определенными видами деятельности, – писал А. Маслоу. – Это аспект практически любого поведения, перцептивного или эмоционального, волевого, когнитивного или экспрессивного» (1999, с. 79).

Главной мыслью, пронизывающей последние работы Маслоу, была идея высвобождения высших возможностей человека. Ему принадлежат определения двух видов человеческой креативности: «первичной», которую он называл фазой вдохновения, вспышкой импровизации, озарением гения, и «вторичной», которую он постулировал как «фазу разработки», «дисциплину художника», способность нетворческих людей творить и совершать открытия, «стоя на плечах предшественников» (Маслоу, 1999). По сути дела, развитие ИИ открывает перед креаторами возможность проявить себя в «первичной» креативности, поскольку «вторичная» перекладывается на плечи машины.

Но в этом перераспределении задач заложен серьезный конфликт. Для ИИ переконпоновка уже существующего с достижением обновленного результата представляет собой «особый раздел задач технического характера». Алгоритмы берут на себя задачи «фазы разработки», с одной стороны, помогая человеку, а с другой – лишая его наслаждения и самозабвенности «вторичной креативности» как состояния души. «Человек всегда считал творческую способность аргументом в пользу своей исключительности. Тем более неожиданным оказалось его поражение от машины на том поле, где он никогда не видел для себя конкуренции» (Сычев, 2023, с. 53).

Журналистика стала одной из первых площадок, на которых ИИ проявил себя как соперник специалисту-человеку. Исследователи еще совсем недавно усматривали основные источники угроз профессии журналиста в лавинообразно растущих объемах информации; обилии недостоверных сообщений; появлении конкурентов в виде «армии» блогеров. Однако довольно быстро обнаружилось, что уверенное владение интернет-технологиями отнюдь не гарантирует успешного вхождения в профессию в условиях новой (цифровой) реальности (Гаврилов, 2022; Шафир, Токарский, 2025). Ситуация еще раз кардинально изменилась с появлением нейросетей в открытом доступе. С систематизацией крупных объемов информации ИИ справляется лучше журналиста. То, что неподъемно для человека, для генеративного интеллекта представляет собой очередной «мешок больших данных», подлежащих переборке, сортировке, распознаванию: «Большие данные позволяют заметить тенденции, неотслеживаемые во фрагментированном поле внимания „малого“ субъекта-исследователя» (Глаголев, Силантьева, 2024, с. 82). Даже словарь русского языка в его дополнениях и разъяснениях для ИИ – только конечный набор сообщений, подлежащих, возможно, новому упорядочиванию и диверсифицированной систематизации.

Одно из основных направлений современных исследований касается так называемых «галлюцинаций ИИ». Данный вопрос все больше переходит из плоскости констатации «ошибок», «машинного фантазирования» в плоскость «грамматического разрыва», при котором машиной нарушаются фундаментальные принципы, лежащие в основе человеческого осмысленного использования лексического языка. Этот фундаментальный разрыв в интерпретации лингвистических законов уже исследуется в качестве нового дискурса, чреватого неожиданными выводами исследователей: в итоге наиболее надежными

системами ИИ могут оказаться не те, которые выдают, казалось бы, идеальные результаты, а те, которые действуют в собственных границах новой достоверности знаний (Ariso, Bannister, 2025).

Положение ИИ как «хозяина» может провоцировать и моральные эксцессы. В качестве примера возможна ситуация с ИИ в роли водителя автомобиля. Если машина оказывается перед угрозой катастрофы, кого будет спасать виртуальный шофер – пассажира, пешехода на дороге, автомобиль?.. На место пешехода можно подставить ребенка, на место пассажира – беременную женщину. Количество выборов огромно: «Ни понять их, ни проконтролировать работу алгоритмов ИИ невозможно: они представляют собой черный ящик. Фактически жизнь человека ставится в зависимость от решений ИИ, базовые основания для формирования которых (пути от конкретных норм до общих принципов) не могут быть прослежены» (Сычев, 2023, с. 68).

Неизбежно всплывает в голове фантастический роман Дэна Брауна «Происхождение», главный герой которого убеждается в том, что в программу нейросетей должны быть вписаны заповеди типа «не убий». На что его виртуальный антагонист отвечает, что «люди тоже учатся не на заповедях, а на примерах»². Уверенное превосходство ИИ в области компиляции возможных решений ставит под сомнение приоритет творческой состоятельности человека: «Массовизация инструментов генеративного ИИ, по-видимому, запустила трансформацию самой системы креативности и наших представлений о человеке как единственно возможном творце и авторе» (Кушкин, Тимофеева, 2024, с. 81).

«Непрозрачность» работы ИИ, признание его внезапного необъяснимого главенства в генерации современного медийного контента заставляет исследователей возвращаться назад, погружаться в медиаархеологию, с фокусом не на результат, а на *предпосылки* смены технологий. В таком ракурсе сами медиа рассматриваются не как хронологи фактов, а как самостоятельные «системы отсчета». Китайские ученые, например, выдвинули гипотезу о том, что «галлюцинации ИИ» не есть технический сбой; возможно, что это новые медийные практики, продолжающие логику развития более ранних медиа, таких как письмо и печать. Аналогично телескопу, бросившему вызов «объясняющему» авторитету теологии, цифровые инновации последовательно меняют привычное структурирование границ культурной «реальности», игнорируя при этом человеческие тревоги по поводу размывания исконных когнитивных привилегий *homo sapiens* (Liu, Meng, 2025).

Ситуация третья: ИИ – «коллега», равноправный участник группового медиапроизводства. Вопрос вроде бы не существенный, но важный: а как выглядит новый творческий «визави» в представлении человека? Он может быть реальным роботом, умной колонкой или другим осязаемым агрегатом. Но может оказаться и виртуальным его двойником, то есть цифровой копией самого журналиста или существующего цифрового организма. Если ИИ способен создавать цифровые проекции человека, копирующие оригинал, то

² См: Браун Д. Происхождение / пер. с англ. И. Болычева, М. Литвиновой-Комненич. М. : АСТ, 2018. С. 561.

возникает вопрос о достоверности копирования. И автор-человек, и автор-ИИ могут создать себе аватары и контактировать от их имени (если, конечно, это понадобится). Такая коммуникация уже происходит в соцсетях. Можно спрогнозировать ряд раздражений, которые будут вызывать у человека-автора слишком антропологизированные виртуальные образы или, наоборот, невозможность увидеть коллегу и даже вообразить его. Опустим здесь эффекты «зловещей долины» (Mori, 2012) и другие категории рисков, в том числе экзистенциальных (Sebestyén, 2025).

Медиапрактика выводит на первый план проблемы «промт-инжиниринга», адекватного формулирования заданий, «разделения авторского авторитета» (Комарова, 2025). Человеческий опыт и креативность продолжают задавать тон во взаимодействии с генеративным ИИ, но алгоритмы постепенно обретают свойства «этикополитических существ», которые сами начинают определять границы «хорошего» и «плохого», используя «теневые баны», отдавая предпочтение одним свойствам и «отменяя» другие, опираясь при этом на обучаемые рекомендательные алгоритмы с системой обратной связи (Спиваков, 2021), учитывающие предпочтения как соавторов, так и аудитории.

Процессы изучения аудитории, происходящие без осознанного участия людей (создателей медиапродукта и его потребителей), окрашиваются так называемой «алгоритмической дискриминацией», которая проявляется не только в виде негативных эффектов типа «эхо-камер» и «пузырей фильтров», но также в виде сужения разнообразия контента, а в конечном итоге в форме профессиональной деформации самих журналистов (Тихонюк, 2024).

Сегодня новое понимание *результативности* общей работы медиаспециалиста и его алгоритмизированного «коллеги» остается одной из главных проблем. Исследователь, привыкший к гегемонии в достижении результата, сталкивается с перераспределением степени участия, авторитета и власти. Параллельно ИИ берет на себя функции «привратника», определяющего, какая информация поступает к аудитории, в какой форме и с какой степенью значимости (Arakhamia, Gersamia, 2025).

Поиск возможностей для плодотворного сотрудничества с ИИ остается пространством для ИИ-позитивистов, исповедующих *цифровой коллаборационизм*. Первопроходцем в направлении «разделенного авторского авторитета» считается Майкл Фриш (Michael H. Frisch), историк-архивист, доказывающий, что цифровые технологии, изменяя порядок электронной науки, заставляют гуманитариев менять способы репрезентации данных и их создания. Системные постулаты его методов активно продвигаются его последователями, в том числе и в России (Орлова, 2016). В результате понимание авторства контента меняется вместе с пониманием понятия «контент»: в оборот эмпирических материалов включаются промежуточные массивы данных, в своей первооснове исчезавшие в ходе создания финального текста (фиксированные наработки корреспондента, сценариста, редактора). В цифровой медиаиндустрии они перестают «исчезать», сохраняются в цифровых архивах и доступны для обработки с помощью ИИ снова и снова. Анализ проблем, возникающих

во время создания и потребления обширного цифрового продукта, упирается в адекватное разделение труда между людьми и машинными алгоритмами: «Продолжая намеченную Фришем линию, мы намерены проблематизировать саму возможность использования концепта авторства в отношении исследовательских материалов, характеризующихся сложной композицией соучастия и множественными вкладами» (Орлова, 2016, с. 212).

Заключение

Находясь в зоне турбулентности, сложно определить границы трансформации старых и возникновения новых социальных практик, связанных с деятельностью медиакреаторов, естественных и искусственных. Обилие используемых «закавыченных» понятий говорит об интенсивности и незавершенности попыток фиксировать происходящие изменения. Но незавершенность служит триггером развития. «Сегодня ни к чему готовить кучеров», – писал в 1970-х Маслоу. Спустя полвека в зоне риска исчезновения оказались медийные профессии. Перспективы их цифрового преобразования, как и новое понимание креативности, остаются открытым вопросом. Трехкомпонентная метафорическая концептуальная модель коммуникации медиапрофессионала с ИИ по схеме «*раб – созерен – коллега*» демонстрирует динамичный абрис контактов человека и машины, обнажая противоречивую сущность их холистических связей.

Список литературы

- Волкова И.И., Лазутова Н.М. Медиапоколения цифровой цивилизации: медиахронотоп, архетипы и ценностные доминанты // Медиакommunikации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации : монография / под ред. Л.П. Шестеркиной, Л.К. Лободенко. Челябинск : ЮУрГУ, 2020. С. 55–80. EDN: PVCRAI
- Гаврилов В.В. К вопросу о развитии специальных компетенций студентов-журналистов в цифровую эпоху // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2022. № 1(76). С. 19–28. <https://doi.org/10.26105/SSPU.2022.76.1.002>
- Глаголев В.С., Силантьева М.В. Проблема категоризации творчества в методологической призме «антропологии данных»: кейс ChatGPT // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2024. № 1. С. 78–97. https://doi.org/10.35231/18186653_2024_1_78
- Григаревичюс А.Р. Правовая ответственность за действия искусственного интеллекта // Оригинальные исследования. 2025. Т. 15. № 8. С. 78–82.
- Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. СПб. : Питер, 2009. 444 с.
- Кемарская И.Н. Проблемы развития креативных компетенций в области медиаобразования // Образовательное пространство в информационную эпоху (ЕЕИА-2024) : сб. науч. трудов Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 1 июля 2024 г. / под ред. И.М. Елкиной. М. : Российская академия образования, 2024. С. 186–192. EDN: MKQIFE
- Комарова Е.В. Выбор промта для больших языковых моделей: деловые коммуникации // Филология и культура. 2025. № 1(79). С. 66–74. <https://doi.org/10.26907/2782-4756-2025-79-1-66-74> EDN: VLSMFD
- Кушкин Н.А., Тимофеева О.А. Соавтор, помощник, муза, инструмент: как студенты, преподаватели и представители креативных индустрий видят роль ИИ в своих практиках // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 5. С. 60–84. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.5.2604>

- Малькова Л.Ю. О противоречиях в осмыслении аудиовизуальных СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 1. С. 116–126.
- Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы / под общ. ред. Г.А. Балла ; пер. с англ. Г.А. Балл, А.П. Попогребский. М. : Смысл, 1999. 425 с.
- Орлова Г.А. Со-авторизация, но не соавторство: приключения транскрипта в цифровую эпоху // Шаги. 2016. Т. 2. № 1. С. 200–223. EDN: XAHQCB
- Паризи Л. Инструментальный разум, алгоритмический капитализм и неисчислимое / под ред. Э. Сержана ; пер. с англ. Д. Шалагинова // Новое литературное обозрение. 2019. № 4. С. 169–181.
- Потапенко С.В. Авторское право на произведения, созданные с использованием искусственного интеллекта // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Юридические науки. 2025. Т. 11. № 2. С. 578–586. EDN: TUAYSS
- 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. Т. 49. № 4. С. 107–119. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2024.107119> EDN: XBUZHI
- Спиваков М.В. Алгоритмический режим зрелища // Международный журнал исследований культуры. 2021. № 2(43). С. 102–114. https://doi.org/10.52173/2079-1100_2021_2_102 EDN: GRRZKQ
- Сычев А.А. В поисках надежности: трансформация доверия в эпоху цифровых технологий // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 5(183). С. 37–59. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.5.2595> EDN: FWTVEU
- Сычев А.А. Ценность доверия в эпоху искусственного интеллекта и новой этики: проблемы и вызовы // Социальные нормы и практики. 2023. № 3(9). С. 64–78. <https://doi.org/10.24412/2713-1033-2023-3-64-78> EDN: HAGKEU
- Тихонюк А.А. Искусственный интеллект и масс-медиа: негативные аспекты алгоритмов персонализации контента // Коммуникология. 2024. Т. 12. № 3. С. 43–60. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2024-12-3-43-60>
- Уразова С.Л. Нейромедиа как новый формат образов цифровой реальности // Вестник ВГИК. 2023. Т. 15. № 3(57). С. 140–150. EDN: DOXVEQ
- Ушкин С.Г., Коваль Е.А., Яськин А.Н. Жить с Алисой: как голосовые помощники трансформируют практики коммуникации? // Журнал исследований социальной политики. 2022. № 3. С. 361–376. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-3-361-376>
- Шафир Т.В., Токарский Д.Е. Интеграция искусственного интеллекта в процессы создания медиаконтента // Вопросы медиабизнеса. 2025. Т. 4. № 2. С. 71–81. <https://doi.org/10.24412/3034-1930-2025-0190>
- Шомова С.А., Качкаева А.Г. Между очарованием и испугом: диалог с «другим». Опыт анализа практик использования ИИ в профессиональной и повседневной жизни // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 5. С. 3–17. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.5.2766> EDN: YVQHAI
- Arakhamia M., Gersamia M. Invisible editors: impact of AI on media content quality and trust // Georgian Scientists. 2025. Vol. 7. No. 4. P. 409–421. <https://doi.org/10.52340/g.s.2025.07.04.21>
- Ariso J.M., Bannister P. ‘AI lost the prompt!’ Replacing ‘AI hallucination’ to distinguish between mere errors and irregularities // AI & Society: Journal of Knowledge, Culture and Communication. 2025. <https://doi.org/10.1007/s00146-025-02757-1>
- Liu X., Meng Y. An analysis on AI hallucination from the perspective of media archaeology // Communications in Humanities Research. 2025. Vol. 96. P. 1–14. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/2025.BJ29177>

- Mori M. The Uncanny Valley: the original essay by Masahiro Mori / Trans. by K.F. MacDorman, N. Kageki // *IEEE Robotics & Automation Magazine*. 2012. No. 6. <https://spectrum.ieee.org/the-uncanny-valley>
- Sebestyén M. Focal points and blind spots of human-centered AI: AI risks in written online media // *Humanities and Social Sciences Communications*. 2025. No. 12. Article 564. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04814-y>

References

- Arakhamia, M., & Gersamia, M. (2025). Invisible editors: impact of AI on media content quality and trust. *Georgian Scientists*, 7(4), 409–421. <https://doi.org/10.52340/g.s.2025.07.04.21>
- Ariso, J.M., & Bannister, P. (2025). ‘AI lost the prompt!’ Replacing AI hallucination’ to distinguish between mere errors and irregularities. *AI & Society: Journal of Knowledge, Culture and Communication*. <https://doi.org/10.1007/s00146-025-02757-1>
- Gavrilov, V.V. (2022). On the issue of the development of special competencies of university journalism students in the digital age. *Surgut State Pedagogical University Bulletin*, (1), 19–28. (In Russ.) <https://doi.org/10.26105/SSPU.2022.76.1.002>
- Glagolev, V.S., & Silantieva, M.V. (2024). The problem of categorization of creativity through the prism of data anthropology: the case of ChatGPT. *Pushkin Leningrad State University Journal*, (1), 78–97. (In Russ.) https://doi.org/10.35231/18186653_2024_1_78
- Grigarevichus, A.R. (2025). Legal liability for the actions of artificial intelligence. *Original Research*, 15(8), 78–82. (In Russ.)
- Ilyin, E.P. (2009). *Psychology of Creativity, Creativity, and Giftedness*. Saint Petersburg: Piter Publ. (In Russ.)
- Kemarskaya, I.N. (2024). Problems of developing creative competencies in the field of media education. In I.M. Elkina (Ed.), *Education Environment for the Information Age, International Conference, July 1, 2024, Moscow* (pp. 186–192). Russian Academy of Education. (In Russ.) EDN: MKQIFE
- Komarova, E.V. (2025). Prompt choice for large language models: business communications. *Philology and Culture*, (1), 66–74. (In Russ.) <https://doi.org/10.26907/2782-4756-2025-79-1-66-74> EDN: VLMSFD
- Kushkin, N.A., & Timofeyeva, O.A. (2024). Co-author, assistant, muse, tool: how students, teachers and creative workers see the role of AI in their practices. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, (5), 60–84. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.y5.2604>
- Liu, X., & Meng, Y. (2025). An analysis on AI hallucination from the perspective of media archaeology. *Communications in Humanities Research*, 96, 1–14. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/2025.BJ29177>
- Malkova, L.Yu. (2016). Contradictions in comprehension of audiovisual mass media. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, (1), 116–126. (In Russ.)
- Maslow, A. (1975). *The Farther Reaches of Human Nature*. Viking Press.
- Mori, M. (2012). The Uncanny Valley: the original essay by Masahiro Mori (K.F. MacDorman, & N. Kageki, Trans.). *IEEE Robotics & Automation Magazine*, (6). <https://spectrum.ieee.org/the-uncanny-valley>
- Orlova, G.A. (2016). Co-authorization, not co-authorship: the adventures of transcript in the digital age. *Steps*, 2(1), 200–223. (In Russ.) EDN: XAHQCB
- Parisi, L. (2019). Instrumental reason, algorithmic capitalism, and the incomputable (E. Serzhan, Ed., D. Shalaginov, Trans.). *New Literary Review*, (4), 169–181. (In Russ.)
- Potapenko, S.V. (2025). Copyright for works created using artificial intelligence. *Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Juridical Science*, 11(2), 578–586. (In Russ.) EDN: TUAYSS

- Rezaev, A.V., & Tregubova, N.D. (2024). Glory and misery of communication theory at the age of artificial sociality (reflecting on Elena Esposito's book "Artificial Communication: How Algorithms Produce Social Intelligence"). *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 49(4), 107–119. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2024.107119> EDN: XBZUZH
- Sebestyén, M. (2025). Focal points and blind spots of human-centered AI: AI risks in written online media. *Humanities and Social Sciences Communications*, (12), 564. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04814-y>
- Shafir, T.V., & Tokarskiy, D.E. (2025). Integration of artificial intelligence in the process of creating media content. *Issues of Media Business*, 4(2), 71–81. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/3034-1930-2025-0190>
- Shomova, S.A., & Kachkaeva, A.G. (2024). Between Charm and Fright: Dialogue with the "Other". An Analysis of AI Practices in Professional and Everyday Life. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, (5), 3–17. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.5.2766> EDN: YVQHAI
- Spivakov, M.V. (2021). Algorithmic regime of the spectacle. *International Journal of Cultural Recherche*, (2), 102–114. (In Russ.) https://doi.org/10.52173/2079-1100_2021_2_102 EDN: GRRZKQ
- Sychev, A.A. (2024). Looking for confidence: transformation of trust in the digital age. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, (5), 37–59. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.5.2595> EDN: FWTVEU
- Sychev, A.A. (2023). The value of trust in the era of artificial intelligence and new ethics: problems and challenges. *Social Norms and Practices*, (3), 64–78. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2713-1033-2023-3-64-78> EDN: HAGKEU
- Tikhoniuk, A.A. (2024). Artificial intelligence and mass media: negative aspects of content personalization algorithms. *Communicology*, 12(3), 43–60. (In Russ.) <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2024-12-3-43-60>
- Urazova, S.L. (2023). Neuromedia as a new format of digital reality images. *Vestnik VGIK*, 15(3), 140–150. (In Russ.) EDN: DOXVEQ
- Ushkin, S.G., Koval, E.A., & Yaskin, A.N. (2022). Living with Alice: How do voice assistants transform communication practices? *The Journal of Social Policy Studies*, 20(3), 361–376. (In Russ.) <https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-3-361-376>
- Volkova, I.I., & Lazutova, N.M. (2020). Media generations of digital civilization: media chronotope, archetypes and value dominants. In L.P. Shesterkina, & L.K. Lobodenko (Eds.), *Digital Civilization. Media Communications. Internet Marketing* (pp. 55–80). South Ural State University Publ. (In Russ.) EDN: PVCPAI

Сведения об авторе:

Кемарская Ирина Николаевна, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник научно-исследовательского сектора, Академия медиаиндустрии, Российская Федерация, 127521, Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2. ORCID: 0000-0001-7593-8042; SPIN-код: 7827-5046. E-mail: kemarskaya2011@yandex.ru

Bio note:

Irina N. Kemarskaya, PhD in Philology, Leading Researcher of the Research Sector, Academy of Media Industry, 105 Oktyabrskaya St, bldg 2, Moscow, 127521, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-7593-8042; SPIN-code: 7827-5046. E-mail: kemarskaya2011@yandex.ru