



оригинальная статья

<https://elibrary.ru/gdzebo>

## Перспективы использования искусственного интеллекта в журналистике

Куликовский Алексей Владимирович

Кыргызско-Российский Славянский университет имени Б. Н. Ельцина, Кыргызстан, Бишкек

eLibrary Author SPIN: 1534-1375

<https://orcid.org/0000-0002-5493-6790>

a.v.kulikovskii@krsu.kg

**Аннотация:** В связи со стремительной цифровизацией медиаландшафта возникла необходимость выработки стратегий адаптации. Цель – систематизировать ключевые преимущества и риски внедрения искусственного интеллекта в медиаиндустрию к 2030 г. Задачи: изучить потенциал искусственного интеллекта в журналистике, оценить риски его внедрения и формирование предложений для поддержания баланса между инновациями и сохранением ключевых ценностей профессии журналиста в медиа в ближайшей перспективе. Применен анализ современных кейсов использования искусственного интеллекта и прогнозно-аналитический подход на основе данных научных исследований. Проведен комплексный анализ перспектив интеграции искусственного интеллекта в журналистику к 2030 г. Выявлены основные тенденции: автоматизация рутинного контента, гиперперсонализация, оптимизация рабочих процессов. Определены ключевые вызовы, такие как угроза сокращения рабочих мест, этические дилеммы (предвзятость алгоритмов, авторское право) и распространение дезинформации. Установлено, что успешное развитие журналистики будет зависеть от сymbioza технологий и человеческой экспертизы, что требует разработки этических стандартов, правового регулирования и инвестиций в образование журналистов. К 2030 г. эта профессия трансформируется, сместив акцент на критическое мышление и экспертизу.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, журналистика, автоматизация, персонализация, этика, медиаиндустрия, цифровая трансформация, дипфейки, медиа будущего

**Цитирование:** Куликовский А. В. Перспективы использования искусственного интеллекта в журналистике. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2025. Т. 4. № 4. С. 366–372. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-4-366-372>

Поступила в редакцию 20.09.2025. Принята после рецензирования 15.10.2025. Принята в печать 16.10.2025.

full article

## Prospects for Artificial Intelligence in Journalism

Aleksei V. Kulikovskii

Kyrgyz-Russian Slavic University named after B. N. Yeltsin, Kyrgyzstan, Bishkek

eLibrary Author SPIN: 1534-1375

<https://orcid.org/0000-0002-5493-6790>

a.v.kulikovskii@krsu.kg

**Abstract:** The media landscape has to adapt to the rapid digitalization. Introducing artificial intelligence into the media industry by 2030 has its advantages and risks. The main challenge is to maintain a balance between innovations and traditional values. By analyzing some relevant cases of using artificial intelligence in media space, the author developed a predictive and analytical approach to the matter. The prospects for integrating artificial intelligence into journalism by 2030 include hyperpersonalization, automatization of routine content, and optimization of work processes. The key challenges include inevitable job cuts, ethical dilemmas (biased algorithm, copyright), and disinformation. The future of journalism depends on the symbiosis of technology and human expertise, which requires new ethical standards, laws, and investments in media education. Eventually, journalists will be responsible for critical thinking and expertise rather than routine.

**Keywords:** artificial intelligence, journalism, automation, personalization, ethics, media industry, digital transformation, deepfakes, media of the future

**Citation:** Kulikovskii A. V. Prospects for Artificial Intelligence in Journalism. *Virtual Communication and Social Networks*, 2025, 4(4): 366–372. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-4-366-372>

Received 20 Sep 2025. Accepted after review 15 Oct 2025. Accepted for publication 16 Oct 2025.

## Введение

Журналистика переживает технологическую революцию, где искусственный интеллект (ИИ) становится неотъемлемой частью создания, распространения и анализа новостей. Сегодня крупнейшие мировые информационные агентства используют ИИ для создания небольших заметок объемом примерно до 200 слов. К 2018 г. американское информационное агентство Associated Press опубликовало таким образом более 3700 материалов в течение каждого отчетного сезона, охватывая большинство торгуемых в США акций с рыночной капитализацией до 75 млн долл. [Diakopoulos 2019: 6].

Согласно данным, полученным аналитическим отделом IT World, к 2030 г. генеративный ИИ будет составлять более 40 % от общего объема рынка ИИ-индустрии, что в 2 раза больше, чем в 2024 г.<sup>1</sup> Это отразится в том числе и на развитии журналистики.

Цифровизация медиаландшафта к 2030 г. приведет к интеграции ИИ во все этапы создания новостей – от сбора данных до дистрибуции. Это связано с улучшением качества результатов генеративного искусственного интеллекта и доступностью его использования. Однако технологический прогресс сопряжен с дисбалансом между эффективностью и угрозами профессиональной идентичности журналистов.

Цель – систематизировать ключевые преимущества и риски внедрения искусственного интеллекта в медиаиндустрию к 2030 г. Задачи: изучить потенциал искусственного интеллекта в журналистике, оценить риски его внедрения и формирование предложений для поддержания баланса между инновациями и сохранением ключевых ценностей профессии журналиста в медиа в ближайшей перспективе. Применен анализ современных кейсов использования искусственного интеллекта и прогнозно-аналитический подход на основе данных научных исследований.

## Результаты

Искусственный интеллект активно внедряется в журналистику, трансформируя различные аспекты работы. Основные особенности и возможности его использования следующие:

**Автоматизация создания контента.** Искусственный интеллект используется для создания коротких новостных заметок, например, в спортивной и финансовой журналистике. Процесс активного введения в журналистику принципиально новых систем начался с 2015 г. [Чертовских, Чертовских 2019: 558]. Роботизация производства новостного дискурса стала объективным трендом в развитии медиасистем XXI в. [Замков 2019: 270]. Первыми активно применять системы ИИ, а именно программы генерирования текста (*natural language generation*), стали Associated Press [Шнайдер 2022: 61]. Они публикуют ежеквартальные отчеты о доходах своих компаний, используя платформу компании Wordsmith разработчика Automated Insights. Сотрудник агентства Reuters отмечает, что невозможно конкурировать без автоматизации, т.е. игнорируя подход к работе современного средства массовой информации (СМИ) [Graefe 2016]. Системы автоматизации журналистских процессов развиваются быстро и качественно, что может влиять на сложность распознавания со стороны неискушенного читателя материалов, созданных искусственным интеллектом [Иванов 2015: 32]. Также наблюдается проблема недостаточного понимания аудитории принципов работы искусственного интеллекта [Морозова, Арсентьева 2022: 156].

По данным российской компании SBS, сектор медиа и коммуникаций является одним из наиболее быстрорастущих направлений в области применения генеративного ИИ. Так, к 2030 г. объем рынка генеративного ИИ в данной отрасли вырастет в 3,5 раза – с 2 до 7 млрд долл. США. Основные драйверы роста – способность генеративного ИИ

<sup>1</sup> Kranjec J. Generative AI Will Make Over 40% of Total AI Industry Market Size by 2030, Twice as Much as This Year. *Stocklytics*. URL: <https://stocklytics.com/content/generative-ai-will-make-over-40-of-total-ai-industry-market-size-by-2030-twice-as-much-as-this-year/> (accessed 4 Mar 2025).

автоматизировать процесс написания шаблонных материалов и, следовательно, возможность сокращения расходов на них<sup>2</sup>. Согласно проведенному в 2020 г. исследованию, в России «умные сервисы» постепенно заменяют рутинные процессы работы журналиста [Замков и др. 2020: 61].

Алгоритмы не только могут создавать тысячи новостей на конкретную тему, но и делают это быстрее, дешевле, чем любой журналист, и, возможно, с меньшим количеством ошибок [Graefe 2016]. Новостные роботы генерируют короткие новости на основе данных (спортивные результаты, финансовые отчеты, погода), а шаблонные тексты представляют собой результат анализа данных алгоритмами. Генеративный ИИ также может проверять данные на соответствие реальности. Для этого используются генеративно-состязательные сети (*generative adversarial networks*), которые включают два компонента: генератора и дискриминатора. Первый формирует данные, а второй проверяет их на соответствие реальности<sup>3</sup>.

**Персонализация контента.** К 2030 г. искусственный интеллект и машинное обучение будут развиваться таким образом, чтобы предлагать потребителям гиперперсонализированный опыт<sup>4</sup>. Персонализация может стать важным инструментом удержания аудитории СМИ, но потребует баланса между релевантностью и пузырями фильтров. *Пузырь фильтров*, или *информационный пузырь*, – ситуация информационной изоляции, обусловленная действием персонализированных алгоритмов, на основе которых работают поисковые системы и ленты социальных сетей<sup>5</sup>. Результатом является эффект излишней фильтрации и персонализации, приводящий к искаению и ограничению получаемой информации [Иванов 2017: 29]. Также персонализация включает рекомендательные системы, которые анализируют поведение пользователей и предлагают контент, соответствующий их интересам. Например, стриминговые сервисы Netflix и Spotify успешно используют такие алгоритмы, и медиаиндустрия может перенять этот опыт. Таким образом, искусственный интеллект предлагает читателям материалы,

соответствующие их интересам, тем самым повышая вовлеченность.

**Искусственный интеллект** не заменяет журналистов, но становится их *цифровым коллегой*, усиливая возможности в анализе и скорости обработки информации. Возможности ИИ в создании текстов ограничены, что связано с принципами работы его алгоритмов генерации [Давыдов и др. 2023: 14]. Чрезмерная автоматизация может снизить качество контента, т. к. алгоритмы не способны полностью заменить творческий подход и глубокий анализ, которые предлагают профессиональные журналисты. Репортаж, умение слушать, отвечать на вопросы, отклонять их, вести переговоры, работать с источниками, а затем проявлять творческий подход к написанию новостной статьи или знать, когда требуется новый ракурс, – ИИ не справляется ни с одной из этих незаменимых журналистских задач, хотя часто может дополнить работу человека, сделав ее более эффективной или качественной [Broussard 2019: 680]. При этом в экспертной среде предполагается, что в перспективе усилия разработчиков ИИ будут обращены к воссозданию высокоуровневых психических процессов человека – мышления, рассуждения, выражения эмоций [Виноградова 2023: 126]. При этом частично перспектива потери журналистами своих рабочих мест сохраняется, что является одной из ключевых негативных сторон воздействия ИИ на развитие журналистики [Куликовский 2025: 218].

**Оптимизация рабочих процессов.** Искусственный интеллект сортирует новости по важности, помогает редакторам планировать выпуски. В рамках SEO-оптимизации алгоритмы подсказывают, как оптимизировать тексты для поисковых систем. ИИ также может улучшить взаимодействие с аудиторией через чат-боты и голосовые помощники. Например, BBC разработала чат-бота, который помогает пользователям находить новости, соответствующие их интересам, и отвечает на вопросы. The Washington Post использует инструмент «Хелиограф» (Heliograf) для автоматической генерации статей. Reuters применяет «Линкс Инсайт»

<sup>2</sup> Тренды развития искусственного интеллекта и цифровых технологий на основе ИИ до 2030 г. М.: SBS Consulting, 2024. URL: <https://www.sbs-consulting.ru/upload/iblock/985/a1asjblh8uh1n2p2mbm04fcota6qu0gq.pdf> (дата обращения: 03.03.2025).

<sup>3</sup> Афонин В. Что такое генеративный искусственный интеллект и как он работает. *Russian Business*. 23.12.2024. URL: <https://rb.ru/story/generativnyj-iskusstvennyj-intellekt/> (дата обращения: 04.03.2025).

<sup>4</sup> Manh T. L. How Digital Marketing Will Transform by 2030. *LinkedIn*. 1 Jun 2024. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/how-digital-marketing-transform-2030-manh-tu-le-bo9jf/> (accessed 5 Mar 2025).

<sup>5</sup> Декалов В. В. Пузырь фильтров. *Большая Российская Энциклопедия*. URL: <https://bigenc.ru/c/puzyr-fil-trov-c57689> (дата обращения: 07.03.2025).

(Lynx Insight) для анализа данных и подсказок журналистам с 2018 г. Так, к 2030 г. такие технологии могут стать стандартом для медиакомпаний, стремящихся улучшить пользовательский опыт.

Помимо этого, на данный момент доступны и чат-боты, и голосовые ассистенты: читатели могут получать новости через диалоговые интерфейсы (например, Telegram-боты). Также развивается иммерсивная журналистика – ИИ участвует в создании VR / AR-репортажей, усиливая погружение и вовлечение аудитории.

Среди ключевых вызовов, связанных с развитием ИИ и автоматизацией, выделяются:

1. Угроза сокращения рабочих мест в рутинных сегментах, т.е. угроза профессионализму. По прогнозам аналитиков Gartner, к 2030 г. 80 % людей будут ежедневно взаимодействовать с многофункциональными роботами, а 30 % работников умственного труда будут работать с технологией нейроинтерфейсов, чтобы сохранять конкурентоспособность<sup>6</sup>.

Например, в статье [Кульчицкая, Фролова 2020] упоминается мнение Криса Хаммонда, сооснователя компании Narrative Science, предсказывающего, что к 2030 г. алгоритмы станут более совершенными и 90 % журналистских текстов будут написаны компьютерными программами. Однако ключевые навыки журналистов – критическое мышление и расследование – останутся незаменимыми в ближайшее время. Журналисты должны адаптироваться к новым условиям, осваивая навыки работы с ИИ и аналитическими инструментами. Это требует инвестиций в образование и переподготовку кадров. Часть рутинных задач исчезает, требуя переквалификации сотрудников.

2. Необходимость регулирования и маркировки ИИ-контента: массовое использование генеративного ИИ (например, GPT-4 компании OpenAI или DeepSeek-V3 от компании DeepSeek) может привести к формированию однообразия стиля. Важность приобретает вопрос о том, могут ли читатели отличить машинный текст от материала, написанного журналистом [Jakesch et al. 2023]. Необходимы законы, регулирующие использование ИИ в медиа (например, маркировка ИИ-контента).

3. Этические вопросы: ИИ-алгоритмы могут воспроизводить предвзятость, заложенную в обучающих данных. Исследование [Zou, Schiebinger 2018] показало, что системы обработки естественного

языка (*natural language processing*) чаще ассоциируют женские имена с семейными темами, а мужские – с карьерой. Это ставит под угрозу объективность журналистики. Кроме того, использование ИИ для создания контента может привести к нарушению авторских прав. Например, алгоритмы, обученные на данных из открытых источников, могут непреднамеренно копировать стиль или идеи других авторов.

Генеративный ИИ может неосознанно нарушать законодательство в области СМИ [Diakopoulos 2019: 104]. Актуальным становится вопрос авторства: кто владеет правами на контент, созданный ИИ, – журналист, разработчик алгоритма или платформа? Искусственный интеллект периодически допускает ошибки, но достоверность информации – это основное правило журналистики. В данном случае ключевая проблема заключается в том, что ошибки ИИ могут привести к вполне ощущим негативным последствиям. При этом масштаб может быть самым разным – от локального до глобального.

4. Борьба с фейками: ИИ помогает распознавать дипфейки и манипулятивный контент, но одновременно с этим злоумышленники используют его для дезинформации. Искусственный интеллект способен анализировать паттерны распространения фейковых новостей. Например, проект Factmata, ныне приобретенный компанией Cision, использовал алгоритмы для проверки фактов в режиме реального времени. В то же время существуют профессиональные организации, которые занимаются проверкой информации, такие как Politifact и Snopes, и публикуют результаты после обработки данных [Shu et al. 2017: 27]. В ближайшие годы интеграция ИИ с блокчейн-технологиями может создать прозрачные системы верификации [Кашеварова, Куликова 2024: 60]. Так, алгоритмы могут анализировать источники информации, определять их надежность и выявлять признаки манипуляции. Это особенно важно в условиях растущего объема дезинформации, распространяемой через социальные сети. Важным также является вопрос информационной безопасности пользователя в связи с применением ИИ [Морозова, Попова 2021: 46].

5. Успех эффективности автоматизации зависит от баланса между технологиями и человеческой

<sup>6</sup> Решетникова М. Тренды 2025 года от Gartner: незримый ИИ и нейроинтерфейсы. РБК Тренды. 17.12.2024. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/672b13649a79472e11999a48> (дата обращения: 04.03.2025).

экспертизой. Отсутствие четких правовых рамок для использования ИИ в медиа создает риски злоупотребления технологиями. Например, дипфейки могут использоваться для распространения ложной информации, что подрывает доверие к СМИ [Shui et al. 2017: 22].

Для обеспечения устойчивого взаимодействия журналистов и ИИ, а также дальнейшего развития гармоничных отношений между ними необходимо:

I. Разработать этические стандарты использования искусственного интеллекта, включая обязательную маркировку ИИ-контента и прозрачность алгоритмов. Это поможет сохранить доверие аудитории и избежать злоупотреблений данной технологией. «Эффективная и этичная разработка алгоритмов подготовки новостей предполагает разделение задач, связанных с информацией и знаниями: какие из них должен выполнять человек, а какие могут быть надежно делегированы алгоритму? Чтобы решить эту проблему, нам нужно понимать как возможности алгоритмов по принятию решений, так и остроту ума и преимущества людей»<sup>7</sup> [Diakopoulos 2019: 28].

II. Инвестировать в образование. Журналисты должны быть готовы к работе с ИИ, что требует инвестиций в обучение и переподготовку. Университеты и медиакомпании могут сотрудничать для создания образовательных программ, ориентированных на новые технологии.

III. Создать правовые рамки. Правительства и международные организации должны разработать правовые рамки для регулирования использования ИИ в медиа. Это включает борьбу с глубокими подделками и защиту авторских прав. «...вызовы становятся все более очевидными: это и *deepfakes*, т.е. "глубоко поддельные" видеоролики, которыми наводнены социальные сети, и другая преднамеренная дезинформация на основе ложных данных, она создана на основе искусственного интеллекта» [Лукина 2023: 2].

IV. Соблюдать баланс между автоматизацией и человеческим контролем над критически важными аспектами новостного производства. Это включает редакционный контроль и проверку фактов.

Возможные варианты сценария развития журналистики к 2030 г.:

1) оптимистичный: ИИ станет инструментом для усиления журналистики, повышая скорость и точность работы без ущерба для этики;

2) пессимистичный: автоматизация приведет к массовым сокращениям кадров и деградации контента;

3) сбалансированный: технологии и профессионалы будут дополнять друг друга, создавая гибридную модель новостного производства.

## Заключение

В ближайшие 4–5 лет ИИ станет важным инструментом в арсенале журналистов, но его внедрение потребует пересмотра профессиональных норм, законодательства. Успех данного процесса зависит от способности медиаиндустрии сочетать технологические инновации с сохранением человеческого контроля над критически важными аспектами новостного производства. Генеративный ИИ будет составлять более 40 % от общего объема рынка ИИ-индустрии. К тому же времени объем рынка генеративного ИИ в отрасли медиа и коммуникаций вырастет в 3,5 раза – с 2 до 7 млрд долл. США.

В целом ИИ становится мощным инструментом для журналистов, но не заменяет их критическое мышление и креативность, а дополняет и усиливает указанные способности. Ключевой тренд – синбиоз человека и алгоритмов для повышения качества и скорости работы. Искусственный интеллект значительно трансформирует журналистику, предлагая инновационные решения и ставя новые вызовы. К ключевым особенностям его применения относятся:

- 1) автоматизация контента, включая передачу рутинных задач генеративному ИИ;
- 2) оптимизация работы редакций с использованием возможностей ИИ;
- 3) решение этических вопросов в современную эпоху журналистики;
- 4) персонализация и рекомендации.

Помимо этого, назревают проблемы, с которыми журналистика столкнется в ближайшие 4–5 лет:

- технологические (дипфейки, спорные моменты в автоматизации контента),
- этические (доверие аудитории, манипуляции),
- экономические (сокращение рабочих мест),
- профессиональные (необходимость новых навыков, конкуренция с ИИ).

В дополнение стоит учесть и возможное влияние алгоритмов на распространение информации, давление скорости в ущерб качеству, проблемы с авторским правом для ИИ-генерируемых материалов.

<sup>7</sup> Здесь и далее по тексту перевод выполнен автором статьи.

Также журналисты должны адаптироваться к новым условиям, повышать квалификацию, возможно, сотрудничать с ИИ, а не конкурировать.

Вместе с тем отдельного внимания заслуживают регуляторные вызовы: то, как законодательство будет справляться с быстроразвивающимися технологиями, защита источников информации в цифровую эпоху, необходимость маркировки ИИ-контента.

Таким образом, к 2030 г. профессия журналиста не исчезнет, но трансформируется: акцент сместится на экспертизу, критическое мышление

и «человеческое лицо» в эпоху машин. Успех будет зависеть от способности адаптироваться к симбиозу с технологиями, при этом сохраняя ценности правды и независимости.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Виноградова К. Е. Развитие искусственного интеллекта и трансформация журналистики: новые возможности и вызовы. *Гуманитарный вектор*. 2023. Т. 18. № 3. С. 121–130. [Vinogradova K. E. The development of artificial intelligence and the transformation of journalism: New opportunities and challenges. *Humanitarian Vector*, 2023, 18(3): 121–130. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21209/1996-7853-2023-18-3-121-130>
- Давыдов С. Г., Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2023. Т. 48. № 5. С. 3–21. [Davydov S. G., Zamkov A. V., Krasheninnikova M. A., Lukina M. M. The use of artificial intelligence technologies in Russian media and journalism. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalista*, 2023, 48(5): 3–21. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zzjrrx>
- Замков А. В. Новостной медиаробот: теоретические аспекты интеллектуальной системы генерации контента. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2019. Т. 8. № 2. С. 260–273. [Zamkov A. V. News media robot: Theoretical aspects of intellectual system for content generation. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, 8(2): 260–273. (In Russ.)] [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(2\).260-273](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(2).260-273)
- Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М. Трудовая деятельность журналиста: люди или роботы. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2020. Т. 9. № 1. С. 46–64. [Zamkov A. V., Krasheninnikova M. A., Lukina M. M. Working practices of journalists: Humans or robots. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, 9(1): 46–64. (In Russ.)] [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(1\).46-64](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(1).46-64)
- Иванов А. Д. Роботизированная журналистика и первые алгоритмы на службе редакций международных СМИ. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2015. № 2. С. 32–40. [Ivanov A. D. Robotic journalism and the first algorithms in the service of international media editorial offices. *Znak: Problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2015, (2): 32–40. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vmnfpn>
- Иванов А. Д. Транспарентность роботизированной журналистики: как новые технологии угрожают принципам профессии. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2017. № 8. С. 28–33. [Ivanov A. D. Transparency of robotized journalism: How the new technologies threaten the principles of the profession. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2017, (8): 28–33. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zgfdlj>
- Кашеварова Н. А., Куликова М. Е. Интеграция блокчейна и искусственного интеллекта как механизма модернизации различных отраслей экономики. *Вестник университета*. 2024. № 5. С. 54–67. [Kashevarova N. A., Kulikova M. E. Integration of blockchain and artificial intelligence as a mechanism for modernisation of various economic sectors. *Vestnik Universiteta*, 2024, (5): 54–67. (In Russ.)] <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2024-5-54-67>
- Куликовский А. В. Искусственный интеллект и журналистика: положительные и отрицательные стороны. *Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета*. 2025. Т. 25. № 2. С. 216–220. [Kulikovskii A. V. Artificial intelligence and journalism: Positive and negative sides. *Vestnik Kyrgyzsko-Rossiiskogo Slavyanskogo universiteta*, 2025, 25(2): 216–220. (In Russ.)] <https://doi.org/10.36979/1694-500X-2025-25-2-216-220>
- 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. [Kulchitskaya D. Yu., Frolova T. I. Computer algorithms used in Russian news agencies (a case study of Interfax and TASS). *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2020, (1): 3–19. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2020.319>
- Лукина М. Искусственный интеллект постепенно станет активным субъектом в медиаиндустрии. *МедиаТренды*. 2023. № 1. С. 2–3. [Lukina M. Artificial intelligence will gradually become an active subject in the media industry. *MediaTrendy*, 2023, (1): 2–3. (In Russ.)]
- Морозова А. А., Арсентьева А. Д. Проблемы и перспективы использования искусственного интеллекта в сфере массмедиа: мнение российской аудитории. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2022. № 2. С. 150–158. [Morozova A. A., Arsentieva A. D. Problems and prospects of the use of artificial intelligence in the sphere of mass media: Opinion of the Russian audience. *Znak: Problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2022, (2): 150–158. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10219>
- Морозова А. А., Попова С. Н. Феномен искусственного интеллекта в современной науке: понятие, векторы и проблемы применения в сфере массмедиа. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2021. № 4. С. 41–52. [Morozova A. A., Popova S. N. The phenomenon of artificial intelligence in modern science: Concept, vectors and problems of application in the sphere of mass media. *Znak: Problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2021, (4): 41–52. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10405>
- Чертовских О. О., Чертовских М. Г. Искусственный интеллект на службе современной журналистики: история, факты и перспективы развития. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2019. Т. 8. № 3. С. 555–568. [Chertovskikh O. O., Chertovskikh M. G. Artificial intelligence in modern journalism: History, facts, prospects for development. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, 8(3): 555–568. (In Russ.)] [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(3\).555-568](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(3).555-568)
- Шнайдер А. А. Тренды массмедиа: применение искусственного интеллекта, машинного обучения, SEO-инструментов и дата-журналистики в контексте мирового медиаландшафта. *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология*. 2022. Т. 21. № 6. С. 59–68. [Shnaider A. A. Mass media trends: Implementation of AI, ML, SEO and data journalism in the worldwide media landscape. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2022, 21(6): 59–68. (In Russ.)] <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2022-21-6-59-68>
- Broussard M., Diakopoulos N., Guzman A. L., Abebe R., Dupagne M., Chuan C.-H. Artificial Intelligence in journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2019, 96(3): 673–695. <https://doi.org/10.1177/1077699019859901>
- Diakopoulos N. *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Cambridge-London: Harvard University Press, 2019. <https://doi.org/10.4159/9780674239302>
- Graefe A. Guide to Automated Journalism. *Columbia Journalism Review*, 2016. URL: [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/guide\\_to\\_automated\\_journalism.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_automated_journalism.php) (accessed 4 Mar 2025).
- Jakesch M., Hancock J. T., Naaman M. Human heuristics for AI-generated language are flawed. *Pnas*, 2023, 120(11). <https://doi.org/10.1073/pnas.2208839120>
- Shu K., Sliva A., Wang S., Tang J., Liu H. Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 2017, 19(1): 22–36. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Zou J., Schiebinger L. AI can be sexist and racist – it's time to make it fair. *Nature*, 2018, 559: 324–326. <https://doi.org/10.1038/d41586-018-05707-8>