

Воронежский государственный университет  
Факультет журналистики

# УМО-регион

Сборник информационных  
и научно-методических материалов

Выпуск № 24

Воронеж  
2024

**УМО-регион.** Сборник информационных и научно-методических материалов / Отв. ред. Бебчук Е. М. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2024. – 53 с.

© Коллектив авторов  
© Факультет журналистики ВГУ

## От редактора-составителя

Очередной, 24-ый выпуск сборника «УМО-регион», составленного на основе выступлений участников ежегодного заседания региональной секции Центральной и Черноземной России НМС по журналистике университетов Российской Федерации, включает публикации по трем темам: «Дисциплина “Журналистика” на непрофильных направлениях высшего образования», «Университетские исследования», «Использование искусственного интеллекта в преподавании журналистики».

Публикация В. В. Тулупова посвящена особенностям преподавания журналистики и медиаобразования на непрофильных факультетах вузов. В статье речь идет и о сравнительной профиограмме, демонстрирующей общее и особенное в требованиях, предъявляемых к преподавателям журналистики и медиапедагогам. Рубрика «Университетские исследования» представлена учёными О. Е. Видной и А. И. Ивановым из Тамбовского госуниверситета обзором работ, созданных за четверть века в области медиарегионалистики.

Думается, особый интерес читателей вызовет разговор о проблеме искусственного интеллекта. В сборник вошли публикации В. В. Тулупова об использовании искусственного интеллекта (ИИ) в журналистике и журналистском образовании, Н. А. Гага об использовании ИИ в радиоконтенте, Е. Б. Кургановой – о применении ИИ в преподавании с помощью игровых технологий, Е. В. Тюриной – об эффективности ИИ в новостной журналистике. Предсказательный искусственный интеллект, генеративные модели, система принятия решений – эти типы ИИ актуальны практически для всех областей современной жизни (и здесь уместно вспомнить слова Илона Маска: «С генеративными технологиями мы можем автоматизировать рутинные задачи и освободить время для более важных идей»), хотя авторы сборника справедливо указывают и на профессиональные угрозы журналистике и журналистам.

Традиционно в заключении сборника представлены научные и методические работы, изданные на факультете журналистики в 2023-2024 гг.

*Е. М. Бебчук*

### От журналистики – к медиаобразованию

В 2023 году департамент государственной молодежной политики и воспитательной деятельности Министерства науки и высшего образования Российской Федерации в рамках исполнения подпункта «а» пункта 11 перечня поручений Президента Российской Федерации от 29 января 2023 г. № Пр-173ГС о разработке и включении в образовательные программы высшего образования модуля «Основы российской государственности» дал старт работе по актуализации социально-гуманитарных дисциплин. В марте 2024 года экспертное сообщество приступило к созданию учебно-методического комплекса дисциплины «Журналистика», которую с этого года некоторые вузы уже включают в программы непрофильных направлений высшего образования. Тот факт, что по достоинству оценена роль СМИ в современном мире, не может не радовать: ведь в последние годы все слышнее голоса тех, кто говорит о скорой смерти журналистики, которой и обучать-то не следует.

Да, классическое понимание журналистики как социально востребованной массово-информационной деятельности уже давно и последовательно подвергается сомнению. При этом одни считают, что журналистика под давлением пропаганды, маркетинга, PR блогерства вообще уже исчезла [1], а другие все же связывают надежду с развитием «гражданской журналистики», «журналистики участия», т. е. с самодеятельным творчеством обычных граждан по созданию массового информационного продукта, получившим широкое распространение с появлением интернета и новых цифровых технологий.

Да, кризис традиционной журналистики очевиден, и он проявляется в том, что средства массовой информации – особенно государственные – теряют в популярности и доверии [2]. Но если существует исторически сложившаяся, объективно востребованная форма организации жизнедеятельности людей, называемая журналистикой – особым социальным институтом со

всеми его атрибутами (наличие духовно-практического вида деятельности с определенными функциями и принципами, инфраструктуры, законодательной базы, этических кодексов, системы произведений, специальных профессий, отрасли образования и науки и др.), то разумно ли – при всех минусах – разрушать ее, полагаясь на непредсказуемую хаотичную деятельность любителей, лишенных формальной общественной ответственности?

Попутно заметим, что демонтаж этой веками складывавшейся и до поры до времени достаточно устойчивой формы организации совместной деятельности профессионалов, реализовавших важнейшие функции в обществе, начался с внедрения в массовое сознание деструктивной идеи о том, что отпала необходимость в миссии журналистики с ее базовыми функциями, часть из которых ориентирована на аудиторию, а другая – на социальные институты, как и в сложившейся системе принципов этой деятельности, главный из которых – влияние на ход общественной жизни. То есть было заявлено о ненужности профессии, представитель которой должен понимать, что лишь проверенная информация позитивно воздействует на сознание человека, побуждая его к определенной деятельности, влияя на его представления о мире, помогая ориентироваться в жизни. А ведь во все времена журналиста-профессионала отличала забота о том, какие идеи, взгляды, нравственные, политические и др. ценности он продвигает в общество, опираясь на достоверные факты, точность в отображении явлений и тенденций общественного развития.

То же следует сказать о редакциях, обязанных следить за соблюдением профессиональных – они же этические – стандартов, чему помогает и корпоративное сообщество через Союз журналистов, различные гильдии, палаты (в отношении «одиночных стрелков» пока практически не действуют никакие формальные правила – закон о «суверенном интернете» в основном касается вопросов маршрутизации интернет-трафика, изменения в федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» пока еще проходят период апробации).

В мире медиа происходят постоянные и быстрые перемены. Журналистика существует в медиапространстве, неразрывно с ним связана. Понятно, что и журналистское образование не может не меняться, хотя должны быть константы научно-образовательных школ. Например, важно сохранить историко-филологический ствол, на который опиралась отечественная теория журналистики, складывавшаяся на протяжении всего прошлого века: ведь национальное своеобразие отечественной теории журналистики связано с национальным своеобразием нашей прессы, которая, с одной стороны, возникла как государственная подцензурная деятельность, а с другой стороны – получила развитие в эпоху «персонального журнализма» и «художественной публицистики». В истории российской журналистики среди редакторов, памфлетистов, очеркистов, репортеров значатся имена лучших отечественных писателей. Особая журналистика сформировала особую аудиторию «самой читающей страны». К сожалению, это качество утрачивается (и не только у нас, но и во всем мире), тем сложнее, но и благороднее становится задача – способствовать развитию качественной журналистики, а значит, прогрессу общества.

Сегодня очевидны прагматические тенденции в образовании, упор на практические профессиональные компетенции, ремесло, потребности медиарынка. Действительно, прагматика в деятельности журналиста крайне важна, поскольку это более социальная, нежели филологическая профессия. Конечно, и у нас главным инструментом остается слово, но если литературовед применяет его для интерпретации художественных произведений («информационного продукта»), то преподаватель журналистики нацеливает студента на создание своей – оригинальной – информации, представленной в виде новостного, аналитического или художественно-публицистического жанра. Особенности журналистского труда позволяют рассматривать данную профессию с творческой, технологической и экономической точек зрения: в первом случае важны такие качества субъекта деятельности, как призвание и талант, во втором – прагматизм и предприимчивость. В связи с тем, что в последнее время границы профессии журналиста последовательно раз-

мываются, сформулируем ее рабочее определение: это – специализированная и институционализированная индивидуально-коллективная и производственно-творческая деятельность по выполнению работ, связанных с поиском, обработкой и трансляцией информации в виде публицистических произведений.

Рассматривая миссию журналистики как инструмент общественного мнения, профессионал следует принципам этики, ценит преданность профессии, компетентность, аналитизм и стремится к творческой самореализации. Для любой профессии, а для журналистской тем более, важны прежде всего моральные ценности, а затем уже ценности компетенции. И, думается, следует говорить о ценностях конкретной журналистики. В нашем случае – о российской журналистике, учитывающей менталитет как самих журналистов, так и аудитории, а также традиции отечественной журналистики, которая имеет глубокие корни в книжности (письменная литературная традиция). Наш журналист всегда был литератором, и наш читатель, слушатель, зритель был настроен на такую информацию от СМИ. Известно мнение М. Маклюэна: «Русский и европейский газетчик, в отличие от американского, литератор. Парадоксально, но в письменной Америке пресса имеет интенсивно устный характер, в то время как в устной России и в Европе – строго литературную природу» [3]. «Верховные» предпочтения, определяющие профессиональные качества, конечные, базовые ценности можно обозначить либо абстрактно (стремление к свободе, искания смысла жизни и т.п.), либо достаточно конкретно (честность, аккуратность и т.п.). При определении составляющих профессионализма рассматриваются ценности, определяющие поведение и действия субъекта, имеющие отношение как к морали (ответственный и т.п. работник), так и к компетенции (логичный, здравый). Но заметим, что дальновидный редактор качественного издания, принимая на работу молодого специалиста, оценивает прежде всего его мировоззренческие установки, считая, что совершенствование профессиональных навыков будет происходить непосредственно в редакции в процессе выпуска СМИ.

Мнение о том, что человек, проявивший себя как высокий профессионал в журналистике, сможет так же успешно переда-

вать свои умения ученикам, на практике нередко не подтверждается. То есть недостаточно владеть комплексом теоретических знаний и навыков, приобретенных в ходе специальной подготовки в вузе и зафиксированных во вкладыше диплома специалиста, бакалавра или магистра, недостаточно даже богатого практического опыта редакционной работы, необходимо еще приобрести ряд педагогических компетенций, а главное – иметь призвание наставника и воспитателя. Всегда приветствуется, если журналист-практик проявляет себя как талантливый педагог и если преподаватель журналистики сочетает работу в вузе с внештатной работой в СМИ, поскольку такой подход обогащает их как многогранных профессионалов. Тем не менее, необходимо четко представлять себе, что журналист и преподаватель журналистики – две разные, уважаемые обществом профессии, у которых есть свои вершины и свои лидеры; обе важны для сохранения и развития журналистики как вида духовно-практической деятельности и социального института.

Таким образом, преподаватель журналистики – это особая профессия. Преподаватель журналистики – это специалист, владеющий разнообразными формами, методами и приемами учебной работы, обладающий мастерством лектора, наставника, представляющего специфику семинарских, практических и лабораторных занятий, коллоквиумов, умеющего организовать самостоятельную работу студента, реализующего принцип постепенности образования. Помимо этого, современный квалифицированный преподаватель журналистики – это хороший практик, ищущий медиаисследователь и это опытный воспитатель.

Да, наша главная задача – подготовить специалиста с базовыми знаниями, умениями и навыками, которые позволят ему как можно быстрее адаптироваться в тех или иных производственных условиях. Но не менее важная задача вуза – воспитать гражданина, человека духовно богатого, творческого. Задача же редакции – увидеть и развить те данные выпускника, которые позволят ему эффективно трудиться на том или ином – широком или узком – профессиональном поле.



Профессиональная культура будущего журналиста предполагает искусное владение письменным и устным словом (филологический подход), способностью подавать факты таким образом, чтобы за ними выделялись общественные явления (социологический взгляд), талантом налаживать эффективную коммуникацию с целевой читательской аудиторией (психологический срез), информируя, действовать в правовом и этическом поле (юридический и нравственные аспекты). Можно добавить ещё и такие качества настоящего журналиста, как наличие общей культуры (знание мировой и отечественной истории, политологические, экономические, юридические, философские, социологические, психологические знания), технологическая компетенция, а также гражданственность и смелость.

Но вернемся к дисциплине «Журналистика» для непрофильных направлений высшего образования. Она вводится с целью дать общее представление о журналистике как важнейшем социальном институте и особом виде духовно-практической деятельности; научить отделять качественную информацию от манипулятивной, фейковой; еще активнее привлекать к миру массмедиа представителей различных социальных сфер и отраслей, тем более что журналистика всегда была свободной профессией.

То есть это дисциплина – общеознакомительного характера, не предполагающая подготовки профессиональных журналистов. И даже при том, что сегодня производством и трансляцией информации занимаются не только СМИ, но и социальные сети, телеграм-каналы и т.д., на наш взгляд, логичнее было бы назвать новую коммуникационную дисциплину – «Медиаобразование». В мире уже давно продвигается медиаобразовательная деятельность, имеющая отношение к широким массам, к населению. Но поскольку УМК разработан, подготовлен к печати и учебник «Журналистика», будем понимать направление данной дисциплины широко, видеть в качестве результата ее преподавания формирование прежде всего медиакомпетентности студентов непрофильных направлений.

Выделяя такие ключевые для нас понятия, как «журналистика» и «медиа», подчеркнем, что при всей близости это все же по-

нения разных уровней. Под журналистикой следует понимать систему, а под совокупностью медиа – структурное образование, характеризующее строение системы, то есть журналистики как системного объекта. Именно структура служит реализации функций системы – функций журналистики. Согласно теории всеобщих медиа (*The Total Media theory*), представляющей собой систему обобщенного фундаментального знания о медиа, их роли и функционировании в социоинформационном пространстве как максимально широкого, всеобъемлющего и интегративного явления действительности, понятие «медиа» может вбирать в себя все, что связано с информацией любых видов, а может лишь то, что имеет отношение к массовой информации.

В первом случае действует особая медиаобразовательная парадигма – *парадигма всеобщих медиа*, во втором – *парадигма массовых медиа* (массмедиа; СМИ). Естественно, что содержание медиаобразования, его структура, функциональные особенности будут различными. Обе парадигмы имеют право на существование; медиатексты и средства межличностной или групповой коммуникации могут быть предметом изучения как представителями СМИ, так и широкими массами населения.

При этом первая парадигма предполагает некую специализацию (так же, как, например, в журналистике есть профили по каналам информации); иначе – при профессиональной нацеленности на конкретную область деятельности – произойдет размывание характера деятельности и невыполнение известных и многочисленных задач медиаобразования: ведь, чтобы заниматься медиаобразованием, необходимо знать конкретные медиа.

Если же мы ограничим медиа областью массовой информации, причем передаваемой при помощи технических средств, то совокупность фундаментальных научных установок, представлений и терминов будет строиться вокруг прессы, радио- и телеканалов и интернет-СМИ. Это и входит в сферу профессионального журналистского образования.

В рамках профессионального медиаобразования следует готовить профильных специалистов, которые могут вести медиаобразовательную деятельность в своей области знаний и

деятельности: медиапедагогов, медиатьюторов, медиатренеров, других типов медиарботников. Этот сегмент образования формируется учебными программами по медиапедагогике.

Медиаобразование можно понимать узко – лишь как обучение населения контактам с медиа, а можно и широко – как комплекс направлений медиаобразования: медиаобразование будущих профессионалов: журналистов (телевидение, радио, пресса, интернет), кинематографистов, редакторов, продюсеров и др.; образование будущих педагогов в университетах, педагогических институтах, повышение квалификации преподавателей вузов и школ в рамках курсов по медиакультуре (использование медиапродукции в образовательном процессе).; медиаобразование как часть общего образования (хотя бы на факультативной основе) школьников и студентов, обучающихся в обычных школах, средних специальных учебных заведениях, вузах, которое, в свою очередь, может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным (специальным, факультативным, кружковым и т. д.); медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах (домах культуры, центрах внешкольной работы, эстетического и художественного воспитания, клубах и т.д.); дистанционное медиаобразование школьников, студентов и взрослых с помощью телевидения, радио, сети Интернет; самостоятельное и непрерывное медиаобразование (которое теоретически может осуществляться в течение всей жизни человека). В настоящее время есть все предпосылки для создания полноценной система обучения населения квалифицированным контактам с массмедиа, осознанному, критическому отношению к прессе, телевизионным и радиоканалам, а также к интернету. Важно активизировать работу по формированию и позиционированию медиаобразования как социального института со всеми его атрибутами.

Нельзя не приветствовать предложение включить дисциплину о массмедиа в модуль «Основы российской государственности» для непрофильных направлений подготовки. Только, на наш взгляд, называться она должна не «Журналистика», а «Медиаобразование». О различиях между базовыми понятиями мы уже сказали выше, о различиях между журналистским и медиаобразованием выскажем-

ся ниже. Попутно заметим, что мы уже давно ратуем за включение дисциплины «Медиаобразование» в школьное, а затем и в вузовское обучение: ведь в информационную среду погружен каждый из нас, и перед каждым обязательно встает проблема поиска и выбора качественной информации журналистского или просветительского, коммерческого или развлекательного характера.

На факультетах журналистики на уровне бакалавриата вводится «Медиаобразование» как дисциплина по выбору, а на уровне магистратуры – как обязательный предмет. Как известно, в магистратуру могут поступать выпускники любых бакалаврских направлений, и часть магистрантов, несмотря на вступительные испытания, имеет достаточно расплывчатое представление о медиасистеме, тем более – о специфике публицистики, ее жанрах и т.д. Вот почему так важно включение в их учебный план дисциплины «Медиаобразование», овладение которой не помешает и тем, кто уже знаком с основами, историей, теорией и практикой журналистики. Формы работы с магистрантами таковы: анкетирование по вопросам медиаграмотности; рефераты на основе вопросов, подготовленных преподавателем для промежуточной аттестации студентов («Возникновение и развитие массмедиа», «Массмедиа в XIX и XX вв.: сравнительный анализ тенденций», «Виды и формы медиаобразования» и др.); обзоры СМИ из списка федеральных и местных газет и журналов, центральных и региональных радио- и телевизионных каналов и программ, а также интернет-СМИ; выпуск специального номера газеты «Медиаобразование» и др. Такой подход позволяет сформировать как *общекультурные компетенции* (понимание высокой социальной значимости журналистики в обществе, развитая мотивация к выполнению профессиональной деятельности; культура мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения), так и *профессиональные компетенции* (основательное владение системой знаний, касающихся журналистики как части системы массовой коммуникации; знания в области учебно-педагогического процесса – преподавания журналистских дисциплин).

В заключение приведем сравнение профессиограмм преподавателя журналистики и медиапедагога, что крайне важно для достижения положительных результатов в процессе преподавания курса «Медиаобразование». Для этого используем ряд критериев: цель деятельности, специализация и профилизация, функционал и др.

*Цель деятельности преподавателя журналистики:* подготовка сотрудников печатных изданий и электронных СМИ; *медиапедагога:* подготовка населения к контактам с медиа: формирование знаний, умений, навыков в сфере медиа для адекватного ориентирования в медиaprостранстве.

*Специализация и профилизация преподавателя журналистики:* связаны с научно-педагогическими интересами преподавателя и спецификой кафедры; *медиапедагога:* связаны со спецификой определенной медиасферы (журналистика, кино, дизайн, реклама и др.).

*Функционал преподавателя журналистики:* подготовка материалов для лекций (история и теория журналистики), семинаров, практических, лабораторных занятий (владение приемами создания материалов для СМИ; использование современной техники для сбора, обработки и транслирования массовой информации); индивидуальные и коллективные научные исследования; повышение методической квалификации; воспитательная работа; *медиапедагога:* подготовка материалов для лекций (история и теория медиаобразования), семинаров, практических, лабораторных занятий (владение приемами создания медиатекстов и приемами медиакритики; использование современной техники для сбора, обработки и транслирования массовой информации).

*Условия и характер труда преподавателя журналистики:* работа в аудиториях вуза и дома (дистанционное обучение); график работы по расписанию; постоянное устное и письменное коммуницирование; использование компьютерной техники, мобильных средств связи; *медиапедагога:* работа в аудиториях вуза и дома (дистанционное обучение); график работы по расписанию; постоянное устное и письменное коммуницирование; использование компьютерной техники, мобильных средств связи.

*Критерии эффективности:* в обоих случаях – соответствие преподавания требованиям ФГОС.

*Знания преподавателя журналистики:* педагогика и психология высшей школы, история, теория и практика журналистики, профессиональные и этические стандарты, законодательство о СМИ, компьютерные технологии; *медиапедагога:* педагогика и психология высшей школы, история, теория и практика, а также нормативно-правовая база той сферы, в которой работает медиапедагог, компьютерные технологии.

*Умения и навыки преподавателя журналистики:* информационные, мобилизационные, развивающие, ориентационные педагогические умения: коммуникационное мастерство и мастерство ратора (эффективная передача знаний студентам; внеаудиторное общение); мастерство исследователя (подготовка научных статей и монографий, участие в научно-практических конференциях); владение компьютерными технологиями; *медиапедагога:* умение интерпретировать информацию о воздействии медиа на общество, использовать современную технику для сбора, обработки и транслирования массовой информации, отличать качественную журналистику от информационного манипулирования; владение приемами создания медиатекстов и приемами медиакритики, а также методами изучения медиаконтента и потребностей и интересов отдельных аудиторных групп.

*Интересы и наклонности преподавателя журналистики:* широкий кругозор, эрудиция, интеллигентность, артистизм, общительность, креативность; *медиапедагога:* широкий кругозор, эрудиция, интеллигентность, артистизм, общительность, креативность.

*Профессионально важные качества преподавателя журналистики:* Высокая общая культура, способность воспринимать и перерабатывать большие объемы информации, коммуникабельность, стрессоустойчивость, активность, вежливость, тактичность, настойчивость в достижении цели, наблюдательность, прекрасная память, внимание, развитость аналитического и образного мышления, креативность, принципиальность, выносливость (физическая и моральная); *медиапедагога:* высокая общая культура, способность воспринимать и перерабатывать большие объемы информации, коммуникабельность, стрессоустойчивость, активность, вежливость, тактичность, настойчивость в до-

стижении цели, наблюдательность, прекрасная память, внимание, развитость аналитического и образного мышления, креативность, принципиальность, выносливость (физическая и моральная).

*Качества, препятствующие эффективности работы преподавателя журналистики:* слабое знание журналистской практики, неумение владеть аудиторией, неспособность проводить научные исследования, некоммуникабельность; *медиапедагога:* слабое знание той сферы, в которой работает медиапедагог, неумение владеть аудиторией, неспособность проводить научные исследования, некоммуникабельность.

*Медицинские противопоказания для реализации работы преподавателя журналистики:* заболевания, ограничивающие двигательную активность, восприятие, познавательную активность, способность установления эффективных межличностных коммуникаций, а также психические и нервные расстройства; *медиапедагога:* заболевания, ограничивающие двигательную активность, восприятие, познавательную активность, способность установления эффективных межличностных коммуникаций, а также психические и нервные расстройства.

*Места подготовки преподавателя журналистики:* факультеты журналистики (магистратура, аспирантура); *медиапедагога:* центры дополнительного образования, школы, вузы.

*Области применения профессиональных знаний преподавателя журналистики – вузы; медиапедагога – сферы всеобщих медиа.*

**В. В. Тулупов,  
г. Воронеж**

## Литература

Олейник Е. О гибели профессии журналиста, или кем становиться не нужно / Е. Олейник. – URL: <https://dzen.ru/a/YyLBVJwrlgOr-OVt>

Тулупов В. Что происходит с нашей журналистикой? / В. Тулупов // Петербургский публицист. Газета журналистов, литераторов и философов. – СПб. – URL: <https://spbspeaks.ru/2022/01/10/владимир-тулупов-что-происходит-с-наш/>

Маклюен М. Понимание медиа / М. Маклюен. – М., 2007. – С. 243.

Тулупов В. В/ Журналистское и медиаобразование // Журналистика и медиакоммуникации: современные тренды / В. В. Тулупов. – Тирасполь, 2024. – С. 11-19.

### Тамбовская журналистика: опыт, исследования, проблемы, перспективы

В исторической науке сформировалось мнение, что регион – это не просто конкретная территория, это локальная модель цивилизации. И далеко не случайно в настоящее время в науке о журналистике возрос интерес к различным аспектам деятельности региональных СМИ.

Преподаватели журналистики Державинского университета включились в работу по изучению местного регионального медиапространства сразу после открытия специальности в 1997 году, понимая, что работа в этом направлении сможет восполнить «белые пятна». Новоиспеченные журналисты подключились к работе историков и филологов, скрупулезно изучавших тамбовские имена, которые часто были не только журналистами, но и писателями, общественными деятелями, чиновниками и т. д. Можно сказать, что на сегодняшний день кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью Державинского университета стала настоящим центром исследования истории, функционально-типологических особенностей и актуальных проблем местных средств массовой информации. В связи с этим, хочется подвести промежуточные итоги.

В целом, в большом сегменте исследований региональных медиа можно выделить два магистральных направления: изучение современного состояния региональных средств массовой информации и исторический аспект развития информационного пространства региона. В Тамбове ведется работа одновременно в двух направлениях, обогащая научно-изыскательскую парадигму, учитывая основные компоненты, составляющие суть медиарегионалистики, а именно:

1. Многомерная база данных: развернутые сведения о периодике, о редакционных коллективах; внимание к персоналиям.

2. Социологический и культурологический аспекты развития региональной публицистики, позволяющие оценить вклад СМИ в социальную и духовную жизнь края.



3. Подробная информация о деятельности СМИ разных типов в разные исторические периоды жизни страны, отражение атмосферы эпохи.

4. Мониторинг современного состояния местных СМИ, фиксация достижений и профессионального опыта редакционных коллективов, отдельных журналистов.

5. История развития информационного пространства региона, создание объективной истории системы средств массовой информации региона.

***Что было сделано на кафедре для создания целостной картины происходящего в местных средствах массовой информации?***

Первым крупным итогом этой работы стал краткий краеведческий справочник, посвященный журналистике – «Журналисты и журналистика Тамбовского края» (2009) (составители Михеев Ю. Э., Видная О. Е.). Он вообрал в себя справочную информацию о персоналиях и отдельных средствах массовой информации. В словаре собраны имена известных людей, которые всю свою жизнь или большую ее часть были связаны с тамбовской публицистикой.

В 2006 году тематика исследования «Функционирование региональных СМИ: проблемы и пути их решения» была оформлена как научное направление, которым сначала руководил доктор филологических наук, профессор Ю. Э. Михеев, а с 2007 г. – доктор филологических наук, профессор А. И. Иванов, что позволило вести более целенаправленную работу по изучению локальных медиа. На его основе несколько лет кафедра разрабатывала и внедряла в практику обучения вуза магистерскую программу «Теория и практика региональной журналистики», в рамках которой были выпущены десятки успешных специалистов.

В рамках этого же научного направления стала ежегодно проводиться Всероссийская научно-практическая конференция «Региональная журналистика: от истории к современности». За тринадцать лет функционирования конференции было опубликовано более пятисот статей по истории и современному состоянию местных газет и журналов, теле- и радиокомпаний. В обсуждении региональной тематики принимали участие

не только участники из Тамбова, но и Москвы, Воронежа, Пензы, Ельца, Череповца, а также Белоруссии, Украины, Германии. По результатам конференции опубликованы статьи на сайте университета и выпущены сборники.

В 2011 году в университетском издательстве вышел сборник «Фельетон: вопросы теории, истории и практики» (Сост. Видная О. Е., Иванов А. И., Кройчик Л. Е. и др., Тамбов: Издательский дом ТГУ имени Г. Р. Державина Тамбов, 2011), в котором собран теоретический и исторический материал о жанре фельетона, его бытовании в современной журналистике и перспективах дальнейшего развития на примере региональной печати.

Уникальным стало издание воспоминаний об областной молодежной газете – «Газета молодости нашей: к истории «Комсомольского знамени» (Сост. Видная О. Е., Ишин А. В., под ред. Иванова А. И., Бирюкова С. Е., Тамбов: Издательский дом ТГУ имени Г. Р. Державина, 2012; переиздано в 2019 году). Оно было осуществлено преподавателями кафедры и журналистами, которые работали в газете. В книге собраны эссе, очерки, интервью журналистов, писателей и поэтов, связанных с прошлым тамбовской молодежной газеты.

В 2016 году вышла монография доцента С. В. Гуськовой «Корпоративная журналистика Тамбовского региона: история и современность» (Тамбов: Принт-Сервис, 2016). Она же подготовила электронное издание коллективной монографии «Тамбовская журналистика: вчера, сегодня, завтра» (Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2018).

В следующем 2019 году было апробировано учебно-методическое пособие доцента кафедры О. Е. Видной «История тамбовской журналистики: два столетия спустя» (Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2019), которое в краткой форме содержит исторические факты развития тамбовских СМИ за два столетия, начиная с 1788 и по 2000-е годы.

Размышления о прошлом как о социокультурной проблеме предложил профессор А. И. Иванов в своей работе «Переходное время 1990-2020: социогуманитарные аспекты» (Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2020), что можно исполь-

зовать в качестве методологической базы при исследовании исторического своеобразия рубежа веков.

В 2024 году вышла монография О. Е. Видной «Дореволюционная печать Тамбовской губернии (1788–1918 гг.): исторический и системный аспекты» (Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2024), которая стала итогом многолетних исследований губернской периодики.

Важным стимулом для поиска новых имен и фактов стало внимание к журналистике, рекламе, кинематографу, фотографии в рамках подготовки материалов для переиздания «Тамбовской энциклопедии» (Тамбов: Центр поддержки музейного дела «Провинциальные усадьбы», 2020). Участие в работе редакционно-издательского коллектива энциклопедии приняли профессор А. И. Иванов и доцент О. Е. Видная. В научную книгу вошло около 130 энциклопедических статей по теме «Печать, радиовещание, телевидение», что позволило уточнить прежние сведения о журналистах, найти новые факты в работе местных СМИ, создать около десятка обзорных статей и т.д.

Ключевым моментом для развития тамбовской медиарегионалистики стало и то, что в подготовленных на кафедре докторских диссертациях присутствовал региональный компонент. Это фундаментальные работы профессора Е. А. Зверевой «Современные российские журналы (теория и практика функционирования)» (2017) и доцента А. В. Прохорова «Уровневая модель медиауниверсума современного университета» (2023).

Тема журналистского краеведения практически всегда существовала в работах молодых ученых-журналистов, о чем говорят защищенные кандидатские диссертации. Так, Е. С. Забавникова (науч. рук. проф. А. И. Иванов) защитила в 2016 диссертацию по изучению публицистического наследия архиепископа Луки – «Публицистика архиепископа Луки (профессора В. Ф. Войно-Ясенецкого) в религиозно-политическом контексте 1940-50-х гг.», который в годы Великой Отечественной войны был архиепископом Тамбовским и Мичуринским, оперировал в тамбовских госпиталях. А в 2020 году прошла защита диссертационного исследования «История тамбовского телевидения в

социокультурном пространстве региона» О. Ю. Поповой (науч. рук. доц. О. Е. Видная). Началась работа над историко-типологическими аспектами развития тамбовской журнальной периодики аспирантом Я. С. Беловым (науч. рук. проф. Е.А. Зверева).

К современному региональному контенту обращались другие тамбовские диссертанты. Г. А. Капустина (науч. рук. проф. Е.А. Зверева) защитила в 2015 работу на тему: «Современная детская газета как тип издания», практическая часть которого содержит региональный материал. В 2020 году Е. А. Меркушина (науч. рук. доц. О. Е. Видная) представила свое исследование: «Региональные сетевые средства массовой информации: специфика и проблемы отражения информационной политики». Преимущественно тамбовской является эмпирическая база в защищенной в 2023 году диссертации В. А. Хворовой «Медиапотребление современной молодёжной аудитории: проблема формирования ценностных ориентиров» (науч. рук. проф. Е. А. Зверева). Продолжается исследование новых медиа как инструмента коммуникации с региональной аудиторией молодым специалистом Е. А. Семеновым (науч. рук. проф. Е. А. Зверева).

К сожалению, неизданными являются работы аспирантов А. Г. Веселовского (науч. рук. проф. А. И. Иванов) о рабсельковском движении 1920-х годов на Тамбовщине и М. С. Середы на тему: «Редакторская и публицистическая деятельность Б.П. Княжинского: краеведческий аспект» (науч. рук. доц. О. Е. Видная), но часть их краеведческих изысканий опубликована в научной периодике.

Обозначим темы, которые уже нашли свое отражение в работах кафедры по изучению тамбовской журналистики:

– История развития печатных СМИ Тамбовской губернии (1788-1918) (А. И. Иванов, О. Е. Видная).

– История и современное состояние радиовещания и телевидения Тамбовской области (А. И. Иванов, О. Е. Видная).

– История тамбовского образования в сфере журналистики и современные подходы к медиаобразованию (Е. А. Зверева, О. Е. Видная, С. А. Серова).

– Журнальная публицистика (Е. И. Зверева).

– Корпоративная пресса (А. В. Прохоров, С. В. Гуськова).

Надо отметить, что преподаватели кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью в рамках данной тематики уже создали большой задел для формирования научной базы изучения тамбовской региональной журналистики.

Активное участие в исследовании проблем и истории тамбовской журналистики принимают и студенты. Так, на научных студенческих конференциях региональная тематика, местный эмпирический материал являются приоритетными. Лучшие доклады студентов ежегодно публикуются в сборниках студенческих научных работ «Современный медиамир глазами молодых», «Державинский форум» и др. Следует подчеркнуть, что тематика и содержание дипломных работ всегда были близки к конкретным проблемам региональных СМИ, а заказчиками проектной деятельности все чаще становятся местные медиапредприятия.

В целом, в результате работы по исследованию региональных средств массовой информации преподавателями кафедры, аспирантами, магистрантами и студентами только за последние три года было опубликовано более 150 статей, четвертая часть которых – в изданиях списка ВАК.

Еще одна из форм работы, которая способствует активизации интереса к местным СМИ, подстегивает мотивацию для изучения региональных газет и журналов, сетевых медиа, – это фестивали, медиафорумы, круглые столы, встречи с мастерами журналистики «Медиакласс» и многое др. И кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью (зав. кафедрой доц. С. А. Серова) проводит в этом направлении большую работу. В 2012 году кафедра решила соединить теорию с практикой и под руководством проф. Е.А. Зверевой осуществила прорывной проект – в течение шести лет выпускала областную межвузовскую конвергентную газету «РегионМолодежь».

***Проблемы, которые вышли на первый план в организации исследований регионалистики:***

1. Трансформация региональной журналистики: изменение типологической парадигмы, сужение тематического спектра изданий,

сокращение ярких и успешных местных медиапроектов в регионе и т.д. Все это заметно уменьшает эмпирическую базу исследования.

2. Увлечение молодых исследователей современными технологическими новинками, что сдвигает научный мейнстрим в другую сторону от истории журналистики, изучения опыта предшественников.

3. Проблема доступности архивной и библиотечной литературы, хотя здесь ситуация быстро меняется в лучшую сторону, однако такая работа требует особых навыков у современного поколения исследователей.

4. Отсутствие постоянного и безусловного интереса к этой теме со стороны местных административных и общественных организаций, финансовых условий для такой трудоемкой работы.

***Каковы перспективы работы, связанной с изучением и фиксацией истории своего края в сфере журналистики и массмедиа?***

Радостно сознавать, что сегодня сохранение исторической памяти выдвигается как важнейшая функция нашего государства. Поэтому мы должны сохранить в памяти новых поколений творческую деятельность тех, кто освещал важнейшие события в жизни Тамбовщины и ее повседневную жизнь, кто отражал мнения широких читательских масс и формировал интересы, вкусы и мнения своей аудитории. До сих пор стоит задача – раскрыть своеобразие журналистики Тамбовского региона в ее связях с центральной, «большой» журналистикой, запечатлеть в истории вклад отдельных журналистов и органов печати в развитие культуры края. На наш взгляд, сейчас история журналистики нуждается не только в восполнении «белых пятен», но и в спокойном осмыслении ее информационной, просветительской, воспитательной и политической роли в жизни того или иного региона.

***Мы видим следующие направления современной работы в сфере медиарегионалистики и журналистского краеведения:***

– изучение творчества литераторов и публицистов, хорошо знакомых, например, литературоведам и краеведам, с точки зрения истории и теории журналистики;

- введение в научный оборот различных архивных документов, новых сведений и фактов, оцифрованных газет, журналов, документов;
- проведение сравнительно-исторических и/или сравнительно-типологических исследований на основе сбора массива данных по регионам; выявление роли СМИ края в становлении региона;
- изучение отражения в местных СМИ общероссийских и региональных явлений того или иного периода в жизни страны, примет эпохи, чем занимается одно из современных научных течений – история повседневности;
- создание современных баз данных, библиографических списков, указателей средств массовой информации;
- презентация полученных данных в региональном культурном и образовательном пространстве.

Таким образом, многоаспектное исследование локальных медиа позволит дополнить объективную картину развития национальной медиасистемы. Это нужно для тех, кто жил, творил, отдавал всего себя журналистике в минувшие времена, но и не менее важно и для тех, кто только вступает на творческий путь. Можно надеяться, что понимание эволюции региональных СМИ, анализ профессиональных практик местных журналистов, представление о региональной идентичности, будут эффективно использованы последующими поколениями журналистов.

*О. Е. Видная, А. И. Иванов,  
г. Тамбов*

### ИИ и аудио: партнеры или соперники?

Два года назад на пару по радиожурналистике студент принес очерк, начитанный незнакомым мужским голосом. Выяснилось, автору не понравился собственный, и он, используя ИИ-инструменты, решил вот так выйти из положения. Нам начитка показалась слишком искусственной. Не было в ней проникновенности, интонационной небрежности и душевных мук, явно присутствующих в тексте. Зато была отличная дикция, паузировка и правильные ударения. Другой вариант. Студентка готовила аудиорецензию на новую книгу и захотела проиллюстрировать ее художественным фрагментом. Найти артиста для озвучивания не удалось, на помощь пришла нейросеть и сделала это вполне качественно. Подобные случаи в последнее время все чаще происходят в моей редакторской практике. Многие студенты используют возможности ИИ для озвучивания роликов, программ, сюжетов – это проще, быстрее, локально, не надо идти в студию, кого-то просить и т. п. Как правило, этот опыт не очень удачный, студенты, признавая это, обращаются в результате к живым людям. Есть примеры, когда голос ИИ становится частью программы, самостоятельной единицей, правда, условия его использования оговариваются в начале подкаста. Одним словом, наметившаяся тенденция – заменять реальные голоса сгенерированными – вызывает профессиональный и исследовательский интерес.

**Нейросеть и голос.** Нейронные сети развиваются весьма стремительно. Еще несколько лет назад легко можно было узнать, кто начитывает текст аудиокниги, подкаста, рекламного ролика: человек или робот. Это вызывало в обществе много дискуссий и чаще смеха: мол, нет денег для приглашения профессиональных дикторов или актеров. Сейчас создаются продвинутые языковые модели при помощи искусственного интеллекта. И, поверьте, порой только чуткое ухо профессионала сможет уловить разницу. Значительно расширяются словари,



речь все больше похожа на настоящую, есть даже попытка индивидуальной манеры. Конечно, это удобно, экономит продакшн-студиям бюджет, а отдельным авторам – время. Есть возможность выбрать озвучивание на разных языках, различными голосами – мужской, женский, мультяшный, высокий, низкий и т. п. Если в 2023 году было пять подходящих онлайн-сервисов с поддержкой нейронной сети, позволяющих записывать голос, то в этом году их почти двадцать. Выделим тройку, их отмечают практически все компании.

### 1. ZVUKOGRAM<sup>1</sup>

Это отечественный онлайн-сервис, соответственно, язык интерфейса – русский. Есть платные и бесплатные варианты записи. Доступно для озвучки более 100 языков плюс их диалекты и наречия, включая русский. Я попробовала, и меня вполне устроил вариант текста, предложенный программой. Можно не просто вставить текст в окошко, но и выделить нужные вам фрагменты, добавить паузы, затем выставить высоту тона и скорость чтения. При этом поддерживается и несколько разных словарей, между ними можно переключаться, если возникают проблемы с установкой ударений или произношением конкретных слов. Конечно, главная особенность Zvukogram – поддержка разных звуковых моделей. Итоговый результат озвучки можно будет сохранить на компьютер как аудиофайл в одном из доступных форматов.

### 2. NaturalReaders<sup>2</sup>

Авторы сервиса пишут, что он подходит для озвучки сценариев или чтения книг. Скорее это программа для преобразования текста в устную речь. Она может читать вслух PDF-файлы, веб-сайты и книги. Голоса разные: мужские и женские, можно выбрать тот, который больше подходит для вашего технического задания. Мне показалось, модели несколько роботизированы, иногда путают ударения в словах, имеют недостаточно выраженную интонацию. Технология работы здесь проста: надо выбрать одну из языковых моделей, вставить текст или загрузить его из документа в поддерживаемом формате. Бесплатно

<sup>1</sup><https://zvukogram.com/>

<sup>2</sup><https://www.naturalreaders.com/online/>

можно использовать только две модели и 20 минут чтения текста в день.

### 3. Cybervoice<sup>3</sup>

Все его функции доступны бесплатно, но есть ограничение по количеству символов. Лимита достаточно для проверки нескольких примеров и понимания того, подходит ли данный инструмент для ваших целей. Звуковых моделей здесь много, начиная от известных голосов актеров озвучания и заканчивая голосами персонажей из игр.

Можно продолжать список нейросетей для озвучки текста, но лучше выделим главные критерии при выборе: удобный интерфейс, необходимость регистрации, бесплатное количество минут, выбор голосов и настроек, возможность скачать и сохранить ваш аудиофайл. Эти характеристики плюс-минус отличаются, и порой то, что для одних причина – не выбирать тот или иной сервис, к примеру, оплата услуг, для других – неважный факт. Нас прежде всего интересовала голосовая база, качество озвучивания, приближенность к человеческой речи. Если следовать этому критерию, программ, удовлетворяющих его, не очень много, и чаще всего они платные.

## ИИ и музыка

Отношения между ИИ-инструментами, способными генерировать музыку и звуковые эффекты, установились давно. Первые известные эксперименты в искусственной генерации музыки проводились еще в 50-х годах XX века. В 1957 году сотрудники американского Университета Иллинойса дали программе определенные правила построения композиций и обучили ее основам музыкальной теории. Машина сгенерировала математическую последовательность, которую затем преобразовали в нотный текст. Получилось произведение для струнных инструментов, названное создателями «Сюита Иллиака», позже переименованное в струнный квартет № 4<sup>4</sup>. Самый известный современный пример называется «Взлом божественного кода».

---

<sup>3</sup><https://cybervoice.io/en/>

<sup>4</sup><https://trends.rbc.ru/trends/industry/5f84b49e9a794729fefb4c88>

Канадская певица Grimes в 2020 году создала с помощью искусственного интеллекта бесконечную колыбельную для своего сына. Исполнительница задала нейросети музыкальную основу, а ИИ в приложении Endel стал ее непрерывно изменять. Сейчас примеров достаточно много. Авторы часто обращаются к возможностям нейросети для создания саундтреков к фильмам, видеоиграм или рекламным роликам. Одна из популярных технологий искусственного интеллекта для создания музыкальных композиций AIVA (ArtificialIntelligenceVirtualArtist)<sup>5</sup> обучается на произведениях Баха, Моцарта, Бетховена и других известных композиторов. А в 2018 году она смогла создать саундтрек в жанре рок. «Когда мы впервые слушали файл, который написала AIVA, было трудно не улыбнуться из-за типичной рок-басовой линии и узнаваемой, но оригинальной аккордовой прогрессии и запоминающейся мелодии»<sup>6</sup>, — рассказали разработчики. Важный момент для установления авторства: сервис AIVA разрешает пользователям премиальной подписки выкупать права на сгенерированный музыкальный контент.

Есть примеры, когда нейросеть, предварительно изучив вокальные мелодии, характерные последовательности аккордов и особенности текстов, генерировала песни известных музыкантов, например, Курта Кобейна. Придумывала полностью виртуальных певцов и певиц. Степень возможности здесь оказалась настолько бесконечной и популярной у аудитории, что нынешние «звезды» мировой сцены, а среди них Билли Айлиш, Ники Минаж, Кэти Перри, Стиви Уандер, Джон Бон Джови и другие, написали в апреле 2024 года открытое письмо разработчикам ИИ-сервисов и стриминговым компаниям. Музыканты заявили, что ИИ для создания музыки нарушает права и обесценивает уникальный труд. Тем не менее, крупные технологические компании и стартапы уже выпустили свои собственные модели ИИ, позволяющие создавать высококачественную музыку из простых текстовых описаний.

<sup>5</sup><https://www.aiva.ai/>

<sup>6</sup><https://trends.rbc.ru/trends/innovation/61b326649a7947aca58c0974?ysclid=m2ut3x3vkg706877646>

Например, нейросеть Mubert<sup>7</sup>. Начинаясь как громоздкая надстройка для Chat GPT, где без минимальных навыков кодинга было не разобраться. Сейчас имеет свой сайт и позволяет генерировать музыку одним кликом. На начальном этапе работала очень грубо, было слышно, что это именно сгенерированная музыка. Минимальный список возможностей, способных повлиять на конечный результат, но в отличие от «Нейромузыки» от «Яндекс.Музыки» здесь уже вырисовывается некая музыкальная структура, есть динамика и слышны разные инструменты. Сейчас позволяет генерировать музыку по жанрам, настроению, создавать отрывки от 5 секунд до 25 минут. Однако профессиональные музыканты отмечают негибкое «поведение» нейросети. Все еще нет текста. Генерирование бесплатное, но есть вотермарка (или водяной знак). Зато есть библиотека треков без авторского права, которые можно скачать и использовать, если зарегистрироваться. Многие студенты активно используют архивы для оформления своих аудиопроектов.

Профессионалы называют настоящей революцией в области ИИ-музыки нейросеть Suno.AI<sup>8</sup>. Она появилась в конце 2020 года, но за это время прошла большой путь модернизации. Она может всё: сгенерировать музыку по текстовому описанию, песню в определенном жанре, и это будет очень органично имитировать такие сложные вещи, как характер звучания определенной музыки (например, правдоподобно делает винтажный «пленочный» звук), может генерировать музыку в стиле того или иного исполнителя, полностью понимает приведенные в тексте референсы. Но самое удивительное, эта нейросеть умеет петь. Вы можете написать свой текст (или взять стихотворение известного поэта, например), и при генерации ИИ переведет его в человеческий голос, который исполнит его с интонацией, расстановкой, динамикой в голосе. Конечно, работает это неидеально, иногда нейросеть «жуёт» слова, но в целом звучит вполне реалистично и качественно. Музыканты признаются, что это пугает и добавляет стресса при создании нового альбома. Сервис доступен без географических ограничений. В бесплатной версии

<sup>7</sup><https://mubert.com/>

<sup>8</sup><https://suno.com/>

также не нужно платить за подписку. Если потребуется ускорить обработку или генерировать музыку в коммерческих целях, придётся купить подписку Pro или Premiere.

Отношение в профессиональном сообществе к возможностям нейросети разделилось. Кто-то считает, что эти программы смогут облегчить рутинные этапы производства, дадут различные инструменты для интегрирования их в некий уникальный трек, будут помогать слушателям при выборе качественных композиций и т. п. Еще важный момент: пока на подобную музыку не действуют авторские права. Другие уверены, что в нейромюзике никогда не будет понимания, какой художественный образ сформировался в голове музыканта, она не учтет ряд параметров, чтобы завершить задуманное автором произведение. И, пожалуй, большинство сходится в том, что генеративная музыка не вызывает чувственной реакции слушателя. Увы, нет эмоций.

## ИИ и радио

Это не совсем радио, но его предвестник - «Нейромюзика» на площадке «Яндекс.Музыки»<sup>9</sup>. Она появилась летом 2022-го года. Представляет из себя некий бесконечный генератор «фоновых» мелодий, разделенных по трем настроениям. Довольно простая система, выдающая в основном абстрактные музыкальные вещи, подходящие для фонового прослушивания.

В марте 2023 года компания «Русская Медиагруппа» (владелец радиостанции DFM) представила новое радио Neuro Flow. Станцию полностью сгенерировал искусственный интеллект. А именно: придумав название «Нейропоток», логотип и концепцию эфира, он продолжает непрерывно генерировать плейлист дня, то есть здесь нет повторяющихся композиций. По направлению это танцевальная электронная музыка, адресованная в большей степени молодой аудитории. Послушать можно на сайте DFM выбрав плашку станции. В режиме прямого эфира 24/7. Нейросеть уже написала более 200 треков и дальше продолжит создавать композиции, анализируя предпочтения слушателей. От живых людей все же создатели радиостанции

---

<sup>9</sup><https://music.yandex.ru/neuromusic>

отказаться не смогли. Они следят за техническим процессом, анализируют вкусы аудитории, из которых позже и складываются задачи для программных алгоритмов. Разговорных программ здесь нет и пока не планируется. Музыкальный контент достаточно однообразен, много повторяющихся битов, треки динамичные, но в качестве фоновой музыки подойдут разве что для танцевальной вечеринки.

Другой любопытный пример. 24 октября 2024 года польская радиостанция OFF RadioKrakow<sup>10</sup> привлекла внимание общественности массовым увольнением всех ведущих. Вместо них программы стали вести три виртуальных персонажа, созданных искусственным интеллектом. Руководство таким образом хотело привлечь молодую аудиторию, предложив необычный проект – интервью ИИ-ведущего с участием польского лауреата Нобелевской премии Виславы Шимборской, которая скончалась 12 лет назад. Однако нововведение вызвало негативную реакцию слушателей. Прежде всего, их возмутил факт замены живых людей алгоритмом, тем более на деньги налогоплательщиков, ведь радиостанция общественная. Правомерность использования ИИ интеллектуальной собственности писательницы тоже вызвала много вопросов. Бурная дискуссия в обществе, письма с подписями и даже угрозы вынудили редакцию прекратить эксперимент через неделю и вернуться к привычному формату. Искусственный интеллект – партнер или соперник, новые возможности или угроза для радио? Вопрос остаётся дискуссионным.

*Н. А. Гааг,  
г. Воронеж*

---

<sup>10</sup><https://off.radiokrakow.pl/>

## ИИ как драйвер вовлеченности студентов в процесс обучения<sup>1</sup>

Сегодня мы все, как на микроуровне (студенты, преподаватели, руководители), так и на макроуровне национальной системы образования становимся свидетелями цифровой трансформации высшей школы. Не последнее место в этом процессе занимают технологические инновации, внедрение которых в процесс обучения позволяет соответствовать как изменившимся запросам самих студентов, так и рынка труда. Показательна статистика: только за 2023 г. на российских кадровых порталах более, чем в десять раз увеличилось число вакансий для соискателей с навыками взаимодействия с ИИ. Согласно данным исследовательского центра «Зарплата.ру», преимущественно данное требование указывалось в описаниях вакансий в сфере коммуникаций: 1/3 из них приходится на отрасль услуг для бизнеса (маркетинговые, рекламные агентства), а 5,5% – на «СМИ, маркетинг и рекламу, PR, дизайн и продюсирование» [1].

Недаром в исследовании Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» и образовательного холдинга «Ultimate Education» «Мировые тренды образования в российском контексте-2024» почетное место среди ключевых инноваций в педагогике отводится именно искусственному интеллекту (ИИ). С тезисом, что педагогика с использованием генеративного искусственного интеллекта является одним из главных трендов нашего времени, согласны 37% преподавателей-инноваторов и 29% студентов из 60 регионов РФ. Генеративный искусственный интеллект сейчас находится на пике популярности. Ведущие российские edtech-компании активно интегрируют его в систему образования. Хотя эксперты и подчеркивают неравномерность распространения ИИ в сфере образования, прогнозируется расширение использования данной технологии в ближайшее время. Среди преимуществ выделяются доступность, индивидуализация обучения с учетом особенностей студента,

<sup>1</sup> Публикация осуществляется в рамках проекта «Нейрогеймификация в медиасфере», реализуемого победителем грантового конкурса для преподавателей 2023/2024 Стипендиальной программы Владимира Потанина

а также экономия времени благодаря автоматизации проверки практических заданий и тестов. «В этом году «Яндекс Практикум» внедрил YandexGPT в образовательный процесс: теперь нейросеть дает подсказки и находит ошибки в программном коде, предлагая гипотезы их возникновения. При этом она не дает готовых ответов, ее задача – подтолкнуть к поиску решений. Это повышает мотивацию студентов продолжать обучение и не останавливаться на моменте поиска ошибок», – отмечает Илья Курмышев, СЕО Яндекса Практикума [2].

Что же касается запросов, исходящих от самих обучающихся, нужно отметить, что, согласно опросу платформ Анкетолог и Skillbox (сентябрь 2024 г.), 93% студентов выразили желание изучать ИИ в вузе по следующим причинам: во-первых, большинство из них (85%) связывает свое будущее трудоустройство с уровнем цифровой грамотности и знаниями в области ИИ, во-вторых, более половины опрошенных (61%) уверены, что применение ИИ в обучении поможет улучшить успеваемость. Среди топ-3 наиболее оптимальных направлений применения ИИ в обучении студенты отметили следующие: создание виртуальных моделей и симуляций во время обучения (43%); персонализацию обучения (40%); интерактивную помощь и геймификацию учебного процесса (37%) [3]. Такие результаты исследования не удивительны, ведь сегодняшние студенты – представители цифрового поколения зумеров, которые с детства знакомы с технологиями и открыты всему новому.

Остановимся подробнее на последнем направлении применения ИИ – геймификации. Автор с 2024 уч. года активно использует нейрогеймификацию как модель обучения студентов факультета журналистики. Нейрогеймификация – игрофицированная инновация, предполагающая как активное использование ИИ-инструментов (прежде всего, нейросетей) в ходе создания и оформления игрового контента курса, так и выступающая методом обучения. Нейрогеймификация, с одной стороны, заключается в использовании преподавателем различных типов нейросетей для генерации материалов курса в игровом формате (например, текстовые нейросети исполь-



зуются для создания викторин, конкурсов, квестов для студентов, изобразительные – для разработки игровых элементов (бейджей, лидербордов, мемов по тематике дисциплины) [4]. С другой стороны, студенты сами активно используют нейросети в учебном процессе, например, при разработке креативных продуктов: от проектирования до фактчекинга или в распределении задач между членами команды и отслеживании их выполнения. В то же время нейрогеймификация выступает и методом обучения, нацеленным на повышение вовлеченности студентов в образовательный процесс. Причем, следует отметить, что данный метод воздействует на все типы вовлеченности студента, среди них: 1) поведенческая. Предполагает активные действия студента, направленные на овладение знаниями. Например, посещение занятий без прогулов, активное участие в практических занятиях. Введение такого игрового элемента как балльно-рейтинговая система поощряет студентов баллами за желаемые для преподавателя действия; 2) эмоциональная. Отвечает за позитивные ощущения студента, связанные с изучением выбранной области знаний. Игровая концепция курса предполагает погружение студента в психологически комфортную и знакомую ему, как представителю поколения геймеров, с детства среду, в которой он не боится пробовать новое и совершать ошибок; 3) когнитивная. Нейрогеймификация курса способствует более глубокому погружению в учебный материал и качественному выполнению практических заданий; 4) агентная. Подразумевает понимание студентом целей, задач обучения и участие в построении индивидуальной образовательной траектории. Например, путем участия с разработанным в рамках курса продуктом в различных профильных конкурсах, фестивалях, при выборе тем студенческих исследований, Это направление также поощряется преподавателем: за его реализацию студент награждается бейджем исследователя и весомым количеством баллов, которые в результате трансформируются в оценки на зачете или экзамене; 5) социальная. Характеризуется взаимодействием студента с преподавателями и другими студентами в рамках освоения программы, то есть

в нашем случае проявляется в создании комфортной игровой среды, благоприятной для успешной учебы как в команде, так и в индивидуальном зачете.

В заключение отметим, что инновационные технологии в образовании оптимизируют современное обучение. Они делают образование более интерактивным, комфортным, увлекательным, а студенты получают возможность развить востребованные работодателями навыки. Внедрение цифровых технологий в образовательный процесс становится не только необходимостью, но и значимым конкурентным преимуществом как на внешнем уровне (среди высших учебных заведений), так и на внутреннем (среди близких по профилю программ подготовки).

## Литература

1. Захарова И. Зарплаты.ру: дизайнеры и маркетологи могут остаться без работы из-за нейросетей / И. Захарова. – URL: <https://runews24.ru/society/22/03/2023/6b48c4sd1a87279d9c9fc9c7bc141c4d> (дата обращения 30.10.24).

2. Мировые тренды образования в российском контексте-2024. – URL: [https://ioe.hse.ru/edu\\_global\\_trends/2024/#trend7](https://ioe.hse.ru/edu_global_trends/2024/#trend7) (дата обращения 29.10.24).

3. Более 50 % опрошенных студентов в РФ считают, что ИИ позволит улучшить успеваемость. – URL: <https://iom.anketolog.ru/2024/09/03/ii-v-zhizni-studentov> (дата обращения 21.10.24).

4. Курганова Е. Б. Инструменты ИИ в создании и продвижении геймифицированного контента: специфика промтинга / Е. Б. Курганова // Коммуникация в современном мире. – Воронеж, 2024. – С. 121-126.

*Е. Б. Курганова,  
г. Воронеж*

## ИИ в журналистике и журналистском образовании

Нейронные сети – это одно из направлений в разработке систем искусственного интеллекта, при котором компьютерная программа работает по принципу нейронной сети живого организма. «Главное отличие нейросети, считает преподаватель ВШЭ, доцент, руководитель трека «Журналистика данных» Алексей Владимирович Новичков, – это обучаемость системы, то есть способность действовать на основании предыдущего опыта, совершая с каждым разом все меньше ошибок. Обучение происходит либо путем алгоритмов или команд, заданных человеком, либо на основе накопленного опыта, то есть самостоятельно с опорой на ранее полученные данные» [1].

Искусственный интеллект чаще всего трактуется как интеллект, демонстрируемый машинами, в частности компьютерными системами. Но это также академическая дисциплина, берущая свое начало в середине XX века, научное направление, в рамках которого ставятся и решаются задачи аппаратного или программного моделирования тех видов человеческой деятельности, которые традиционно считаются интеллектуальными; это и передовые поисковые системы (например, Google Search); это и генеративные и творческие инструменты (например, ChatGPT, Apple Intelligence и искусство искусственного интеллекта) и т.д. Главное, что объединяет эти определения: ИИ – это техническая или программная система, способная решать задачи, традиционно считающиеся творческими, принадлежащие конкретной предметной области, знания о которой хранятся в памяти такой системы. Структура интеллектуальной системы включает три основных блока: базу знаний, решатель и интеллектуальный интерфейс, позволяющий вести общение с ЭВМ без специальных программ для ввода данных.

В начале этого десятилетия исследователи стали активно анализировать опыт и перспективы использования искусственного интеллекта в массмедиа, поскольку эта сфера была определена экспертами как будущий лидер по применению

новаций в сфере искусственного интеллекта в силу постоянно растущего объема контента. В частности, исследование, проведенное учеными Российской ассоциацией электронных коммуникаций, НИУ ВШЭ и МГУ в 2021–2022 гг., пришло к выводам, что ИИ стал активным субъектом конкуренции в медиа; российская медиасистема имеет высокий потенциал развития ИИ-инноваций, роботизации СМИ и медиакоммуникаций.

Уже сегодня, считают они, ИИ упростил или заменил следующие рутинные операции редакционных систем и работников медиа: генерацию хроникальных заметок, категоризацию по топикам и геолокации, подбор бэкграундов, справочной информации; анализ пользовательских комментариев; создание нишевых новостных лент, рекомендательных сервисов дистрибуции контента, в т.ч. его персонализацию; распознавание речи для расшифровок, переводов, транскриптов, титров; распознавание образов и компьютерное зрение для подбора иллюстраций; верификация и фактчекинг [2].

Но есть и более сложные операции: автоматический поиск и подбор информационных поводов с классификацией их по значимости; генерация персонализированного контента с ориентацией на разные целевые аудитории; прогноз восприятия публикации; подбор публикаций для конкретного представителя аудитории.

На Западе существуют специальные компании (например, Automated Insights, Narrative Science, United Robots и Yseop), разрабатывающие и предоставляющие алгоритмы новостным агентствам (Associated Press, Forbes, ProPublica и Los Angeles Times и др.). Из-за формульной природы автоматизации они в основном используются для историй, основанных на статистике и числовых данных. Общие темы включают спортивные обзоры, погоду, финансовые отчеты, анализ недвижимости и обзоры доходов [3].

Среди множества подходов к созданию систем искусственного интеллекта (логический, агентно-ориентированный, гибридный и др.) в журналистике в той или иной степени давно применялось символьное моделирование мыслительных процессов.

Поскольку журналистский труд имеет производственно-творческий характер и в нем много повторяющихся операций (поиск, сбор, обработка и оформление информации и др.), то в нашем индивидуально-коллективном деле вполне органично создавать некие символные системы, в частности, организационно-правовые, финансово-экономические, композиционно-графические и другие модели, применяемые в редакционно-издательском маркетинге и менеджменте. Современные редакции обращаются и к машинному творчеству, например, в области изобразительной журналистики (заставки, плакаты, информационная графика и др.), звукового дизайна, видеосюжетов. Так первые полосы учебной газеты факультета журналистики ВГУ «Третий глаз» выполняются с помощью искусственного интеллекта.

Актуально использование интеллектуальных систем информационной безопасности, ведь игнорирование опасных тенденций роста угроз информационной безопасности СМИ может привести к серьезным финансовым и репутационным потерям. Это касается подбора высококвалифицированных сотрудников, поддерживающих функционирование компьютерных и информационно-теле-коммуникационных систем редакции, которые должны хорошо владеть вопросами обеспечения информационной безопасности; это касается политики безопасности в целом, то есть набора правил пользования информационными ресурсами организации и разграничения доступа к ним.

Помимо создания оригинальных текстов (копирайтинг), в современных редакциях СМИ активно занимаются также рерайтингом, то есть обработкой (например, упрощением информативной части сложного текста с сохранением смысла, изложением сути сложных и объемных документов, пересказом содержания видео и др.) уже созданных кем-то текстов, переписыванием их своими словами. Рерайтинг применяется при подготовке сообщений информационных агентств, для поддержки новостных подборок и поисковой оптимизации. При этом используются, например, такие ИИ-ресурсы, как GigaChat, Yuki Witch (чат-бот в Telegram работает на основе ChatGPT) и YaGPT2, которые являются русскоязычными и бесплатными

по доступу [4]. Немецкий таблоид Express.de в сентябре 2023 г. представил в своей редакции систему ИИ Klara Indernach (KI), при помощи которой структурируются тексты, проводятся исследования контента, оперативно обобщаются огромные объемы информации, даже придумываются заголовки. Эта система особенно удобна при подготовке текстов с предсказуемым содержанием, например, спортивных репортажах. В конце текстов, созданных Klara, ставится пометка «Этот текст создан с помощью искусственного интеллекта».

Сегодняшнее время называют эпохой постправды и фейков. Одна из первых опасностей использования нейросетей в журналистике является применение фейков, то есть сознательная манипуляция общественным сознанием, дезинформация, преследующая негативные цели, и прежде всего подрыв репутации. Разновидность фейка – дипфейк – представляет собой созданную с помощью нейросетей реалистичную подмену фото-, аудио- и видеоматериалов. Как говорит тот же Новичков, «анализируя без разбора массивы текстов в интернете, искусственный интеллект сталкивается с контентом активного большинства. Как результат – за достоверные данные вполне могут быть выданы стереотипы, массовые теории или слухи». По подсчётам аналитиков Университета Балтимора, ежегодно ложный контент наносит мировой экономике ущерб в 78 млрд долларов [5].

ИИ используется при генерация эффективных пропагандистских материалов. «Вы можете даже не знать, что на вас оказывают влияние», – говорит Мор Нааман, профессор кафедры информатики Корнельского университета. Он называет это явление «скрытым убеждением». При этом, отмечает Тацунори Хашимото, доцент кафедры информатики из Института искусственного интеллекта в Стэнфордском университете, алгоритмы искусственного интеллекта, такие как ChatGPT, не имеют убеждений, но они отражают мнения, полученные в результате обучения, и эти мнения можно подгонять под нужный результат. Далее действует «мыслевирус» [6]. В Венесуэле оппозиционные стратеги для медийного манипулирования создали виртуальных ведущих новостей Bestie и Buddy, чтобы публиковать

в социальных сетях репортажи, критикующие правительство. Наличие виртуального аватара позволяет им говорить практически все что угодно, избегая юридической ответственности.

Угрозы некорректного использования ИИ очевидны: в автоматизированных историях часто возникает путаница в отношении того, кого следует считать автором; у населения возрастают сомнения в достоверности автоматических новостей, чувство объективности устранивается; автоматизация может приводить к потере работы для журналистов – специалистов, профессионалов. Тем не менее, традиционная классическая журналистика может и уже использует искусственный интеллект как вспомогательный инструмент. Хотя говорить же о том, что она может быть полностью заменена автоматизированной журналистикой, также известной как алгоритмическая журналистика или роботизированная журналистика, неверно и неконструктивно.

Журналистика – это развитый социальный институт с определенной миссией и востребованная обществом духовно-практическая деятельность с набором функций и принципов. Ее миссия известна: функции журналистики ориентированы как на массовую аудиторию, так и на социальные институты; главный принцип журналистской деятельности – влияние на ход общественной жизни; журналист-профессионал транслирует лишь проверенную информацию, позитивно воздействующую на сознание человека, побуждающую его к определенной деятельности, влияющую на его представления о мире, помогающую ориентироваться в жизни. Журналиста-профессионала, опирающегося на достоверные факты, точность в отображении явлений и тенденций общественного развития, отличает забота о том, какие идеи, взгляды, нравственные, политические и другие ценности он продвигает в общество.

Что же касается преподавания дисциплин, связанных с нейросетями, искусственным интеллектом, то сначала важно ответить на несколько существенных вопросов. Как искусственный интеллект меняет работу журналиста? Искусственный интеллект – это благо или зло для журналистики? Каковы риски и угрозы несёт искусственный интеллект массмедиа и

аудитории? Чему и как учить студентов на направлениях «Журналистика», «Медиакоммуникации», «Телевидение»? После получения ответов на вопросы о месте ИИ в журналистике необходима разработка продуманной учебной программы, подбор преподавателей, способных реализовать ее, а также укрепление компьютерной базы с соответствующим программным обеспечением. Возможно, это следует производить в рамках классических университетов на межфакультетской основе.

При этом следует подходить к использованию нейросетей в процессе обучения с известной осторожностью, ведь, например, по мнению того же Алексея Новичкова, «с одной стороны, открытый доступ к знаниям даёт свободу образования. С другой – возможность без труда решить любую задачу негативно влияет на освоение материала. Человеку нужны трудности, чтобы крепче усвоить уроки. Лёгкий доступ к любому факту или быстрая генерация контента обесценивает процесс обучения и лишает мозг тренировки» [1].

*В. В. Тулунов,  
г. Воронеж*

## Литература

1. Кириллова Д. Нейросети и журналистика: перспективы-опасности-прогнозы / Д. Кириллова. – URL: <https://www.hse.ru/ba/media/news/817504898.html> (дата обращения 16.10.24).
2. Искусственный интеллект в медиа и коммуникациях. Практики российского медиабизнеса. – URL: <https://ict.moscow/research/iskusstvennyi-intellekt-v-media-i-kommunikatsiikh-praktiki-rossiiskogo-mediabiznesa/> (дата обращения 16.10.24).
3. Автоматизированная журналистика. – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Автоматизированная\\_журналистика](https://ru.wikipedia.org/wiki/Автоматизированная_журналистика) (дата обращения 16.10.24).
4. Тюрина Е.В. Проблемы использования искусственного интеллекта в новостной рерайт-журналистике / Е.В. Тюрина. Коммуникация в современном мире. Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью 24 мая 2024 г. – Воронеж, 2024. – С. 44-45.
5. Фейковые новости наносят мировой экономике ущерб в \$78 млрд ежегодно. – URL: <https://www.iksmedia.ru/news/5632322-Fejkovyevostiv-nanosyat-mirovoj.html> (дата обращения 16.10.24).
6. Искусственный интеллект может скрыто изменять убеждения людей. – URL: <https://psyfactor.org/news/ai-propaganda.htm> (дата обращения 16.10.24).



## Генеративные технологии ИИ в новостной журналистике

В последние годы искусственный интеллект (ИИ) стремительно проникает во все сферы жизни, включая журналистику. Генеративные технологии открывают перед авторами новые возможности, позволяя автоматизировать рутинные процессы, анализировать большие объемы данных и создавать журналистские материалы за более короткий срок.

Технологии ИИ особенно активно применяются в новостной журналистике. Например, многие СМИ к текстовым материалам, которые были подготовлены с помощью генеративных технологий, ставят пометки «создано ИИ», «сгенерированный текст» и т.п.; используют виртуальных ведущих как дикторов; генерируют изображения, а не только прибегают к снимкам из фотостоков или фотобанков редакций. Это говорит о том, что редакции открыто заявляют о том, что сегодня наполнять новостную ленту помогают нейросети.

Одним из приоритетных направлений новостной журналистики, в котором ИИ применяется довольно активно, можно считать рерайт-журналистику. В журналистике под рерайтом традиционно понимают «переписывание какого-либо исходного текста с целью получения уникального текста, идентичного по смыслу оригиналу» [1, 221]. Это, в свою очередь, позволяет исследователям рассматривать материалы, подготовленные таким образом, как вторичные продукты, обладающие уникальностью при проверке на плагиат, но лишенные ее со смысловой точки зрения.

При этом мы не можем отрицать очевидного доминирования подобных публикаций в региональном медиапространстве (за основу взяты данные исследования, проведенного в период с 10.01.2024 по 10.03.2024 на материалах пяти СМИ Воронежской области). В региональных изданиях процент рерайт-новостей может достигать 100 % за сутки, что особенно ярко проявляется в выходные и праздничные дни. Ключевыми первоисточниками выступают официальные каналы прокуратуры, следственного комитета, ГИБДД и МВД области.

По данным LiveInternet, 55 сайтов попадают под категорию «Новости и СМИ» с воронежской региональной привязкой, что говорит об очевидной конкуренции за аудиторию среди изданий [2]. То есть журналистам региональных СМИ нужно не только оперативно найти информацию на ресурсах ведомств, но и обработать и распространить ее на собственных, опередив другие издания.

В среднем на рерайт одной новости у журналиста может уходить от 20 до 40 минут. В последний год генеративные технологии искусственного интеллекта все активнее проникают в различные отрасли, и журналистика не является исключением. Довольно часто ИИ рассматривают как личного помощника, способного выполнять часть рутинных задач и таким образом экономить человеческие ресурсы. Поэтому, по нашему мнению, ИИ возможно интегрировать в журналистскую деятельность для решения таких простейших задач, как, например, рерайт новостей.

Для проверки нашей гипотезы мы воспользовались экспериментальным методом и сравнительным анализом. В качестве эмпирического материала мы выбрали 15 новостей, которые изначально были размещены на сайтах региональных МВД, СКР и прокуратуры, а затем – переписаны и опубликованы в СМИ (то есть высокий процент уникальности у таких новостей уже маловероятен). Мы взяли три нейросети для проведения исследования: *GigaChat*, *Yuki Witch* (чат-бот в Telegram работает на основе *ChatGPT*) и *YaGPT*. Их выбор обоснован тем, что они русскоязычные, у них понятный интерфейс и бесплатный доступ.

Первая проблема, с которой мы столкнулись, была связана с тем, что при базовом промптинге (*zero-shot*), без создания контекста, все нейросети выдавали нерелевантные результаты. И это приводило к тому, что формально нейросети выполняли поставленную задачу: делали рерайт указанного текста, но фактически его нужно было полностью переписывать, так как он не соответствовал критериям, предъявляемым к журналистским новостям. Решение мы увидели в создании контекста при написании промпта: добавили как условие нужный процент оригинальности (90 %), соответствие рейрита информационному стилю, принципу «перевернутой пирамиды» и поиску инфор-

мации в определенном источнике (при необходимости). На это наиболее удачно отреагировала нейросеть GigaChat, которая уже с третьего раза продемонстрировала релевантный результат при переписывании первого текста и далее демонстрировала удовлетворительный показатель на остальных примерах.

Еще одна проблема заключалась в том, что даже при применении промптов на основе знаний и типа «Поведенческая роль» нейросети не всегда своевременно выдавали оптимальный результат. Выше мы уже говорили о том, что нейросеть GigaChat только с третьего раза представила заметку, которая соответствовала базовым требованиям, предъявляемым к текстам данного жанра. Yuki Witch и YaGPT даже при десяти попытках не смогли показать удовлетворительные результаты в шести и семи случаях соответственно. В условиях реальной редакционной работы, когда счет идет на минуты, журналисту будет гораздо проще самому написать новость.

Несколько позже, в ноябре 2024 г., мы повторили этот эксперимент, взяв две отечественные нейросети: GigaChat и YaGPT. Исследование показало, что, во-первых, модели стали значительно лучше формулировать ответ на запрос и практически с первого раза<sup>1</sup> стали способны выдавать релевантный результат при использовании так называемого синтезированного промпта (содержит в себе компоненты нескольких видов промпта: поведенческую роль, few-shot, промпт на основе знаний и т.д.). Ниже мы приводим пример такого запроса.

### ***Промпт для рерайта журналистской заметки***

*Перепишите следующую новость так, чтобы сохранить все ключевые факты, но изменить формулировки и структуру текста. Ваша задача – добиться уникальности текста не менее 90% при минимальном объеме в 500 знаков.*

<sup>1</sup>Здесь важно отметить, что под релевантным результатом мы подразумеваем не готовый журналистский текст, который можно скопировать и сразу вставить в «админку» сайта или телеграм-канала. Мы говорим о черновой версии новости, которую можно использовать без кардинальной переработки. Но это не исключает того, что журналист должен перепроверить информацию, представленную генеративной моделью и – с большой вероятностью – минимально отредактировать полученный текст.

*Оригинальный текст новости: В Воронежской области за сутки зарегистрировано 106 ДТП, из них в областном центре – 78, на федеральных трассах – 10, в районах области – 18. В 4 ДТП травмы различной степени тяжести получили 4 человека и один погиб.*

*Накануне примерно в 02.35 часов в Богучарском районе на 772 км автодороги «М4 «Дон», по предварительным данным, 45-летний водитель автомобиля «Ситроен» допустил столкновение с грузовым автомобилем «Мерседес» под управлением 61-летнего жителя Ставропольского края.*

*В результате ДТП водитель легкового автомобиля и его 40-летний пассажир получили телесные повреждения, пострадавшие доставлены в медучреждение.*

*По данному факту полицейскими проводится проверка, устанавливаются все обстоятельства и причины произошедшего.*

*Всего за сутки выявлено 4716 административных правонарушений, совершенных участниками дорожного движения, автоматические комплексы видеофиксации задокументировали 4298 нарушений.*

*К административной ответственности привлечено 14 водителей, управлявших транспортными средствами в состоянии опьянения.*

*За нечитаемые номерные знаки наказано 12 водителей, за выезд на полосу встречного движения – 14, за перевозку детей без специальных удерживающих устройств – 22; 64 автомобилиста понесли ответственность за несоответствие ГОСТу тонировки стёкол транспортных средств, 25 – за непредоставление преимущества пешеходам, 51 – за неиспользование ремня безопасности.*

*Требования к рерайту:*

*1. Сохранить все важные факты: в Воронежской области за сутки зарегистрировано 106 ДТП, в областном центре – 78, на федеральных трассах – 10, в районах области – 18, в 4 ДТП травмы различной степени тяжести получили 4 человека и один погиб.*

*2. Изменить стилистику и формулировки, сохраняя нейтральную интонацию и информационный стиль.*

*3. Объем рерайта должен составлять минимум 500 знаков без пробелов.*

4. *Уникальность текста должна быть не менее 90%.*

***Результат, который представил GigaChat:***

В Воронежской области за прошедшие сутки было зафиксировано 106 дорожно-транспортных происшествий, включая 78 случаев в столице региона, 10 на федеральных дорогах и 18 в районных центрах. Четыре аварии привели к травмированию четырёх человек, а также гибели одного участника происшествия.

Примерно в 02:35 ночи в Богучарском районе на 772-м километре трассы М4 «Дон» произошло столкновение между автомобилем «Ситроен», управляемым 45-летним водителем, и грузовиком «Мерседес», которым управлял 61-летний житель Ставрополя. Водитель легковушки и его 40-летний пассажир были госпитализированы после получения различных повреждений. Сотрудники полиции проводят проверку данного инцидента, устанавливая все подробности случившегося. За этот же период зафиксированы 4716 административных правонарушений среди участников дорожного движения, причем 4298 из них были выявлены с помощью систем автоматической фиксации. Четырнадцать водителей были привлечены к ответственности за управление транспортом в нетрезвом состоянии. Двенадцать автолюбителей оштрафованы за использование грязных номеров, четырнадцать — за выезд на встречную полосу, двадцать два — за нарушение правил перевозки детей. Шестьдесят четыре водителя понесли наказание за несоответствующую стандартам тонировку стекол своих автомобилей, двадцать пять — за непредоставление приоритета пешеходам, а еще пятьдесят один водитель нарушил правила использования ремней безопасности.

Мы видим, что указанный текст не является чем-то законченным и требует вмешательства профессионального редактора, который сможет исправить такие погрешности, как «непредоставление приоритета пешеходам» и «районных центров» вместо районов. Но в качестве некой заготовки заметки такой материал можно использовать.

На создание чернового варианта новости мы потратили меньше минуты, так как шаблон промпта был заранее написан.

Конечно, журналист конкурировать с такой скоростью не может. Но нейросети требуют от автора пристального внимания к выдаваемым результатам, потому что помимо стилистических огрехов можно встретить еще и так называемые продукты галлюциногенного характера, когда генеративные модели собирают в кучу разнородные данные и выдают их за нечто реальное. Например, приводят в пример книгу «Искусственный интеллект и журналистика» автора Е. В. Тюриной, но при ручной проверке этого факта выясняется, что сами по себе и Е. В. Тюрина, и искусственный интеллект, и журналистика существуют, а вот вместе – пока что нет. И это еще раз подтверждает тезис о том, что нейросети сегодня могут выступать несовершенным помощником журналиста, но никак не его заменой.

*Е. В. Тюрина,  
г. Воронеж*

## Литература

1. Колоев А. С. Рерайт как новое явление в современной журналистике / А. С. Колоев // Вестник СПбГУ. Сер. 9. Язык и литература. – 2012. – № 1. – С. 221-226.
2. Liveinternet: рейтинг сайтов. – URL: <https://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/#geo=ru/473;group=media;page=2> (дата обращения 15.02.2024).

## Издания факультета журналистики ВГУ

**«Акценты. Новое в массовой коммуникации», 2023, № 7-8; 2024, № 1-2; № 3-4, № 5-6.**

Последний в 2023 г. выпуск научно-практического альманаха по традиции открывается рубрикой «Слово редактора», под которой размещена статья «Воспитательная деятельность на факультете журналистики». Рубрику «Медиа» представляют две публикации – Ксении Марчан «Современные проблемы медиаэтики и Екатерины Кургановой и Александры Шерне «Искусственный интеллект в управлении».

В этом номере немало публикаций, посвященных языку и стилю публицистики.

Заключает выпуск представление книги известного юмориста Леонида Соколова.

В выпуске № 1-2-2024 обращают на себя внимание две публикации – Сергея Ануреева «Деловые СМИ: штраф за хайп на негативе?» и Натальи Гаг «Трансформация литературного радиосериала». Не менее интересны статьи Ирины Хорошуновой «Средства выражения оценки в русских былинах» и публикация Григория Прутцкова под рубрикой «Творчество наших коллег» «Журфаковские байки».

В выпуске № 3-4-2024 большое место занимает подборка студенческих работ.

«Проект “Хрия и самопрезентация”». В отдельных рубриках также представлены статьи студентов журфака ВГУ – Татьяны Литвиненко, Алины Горловой, Марии Молчановой и Ульяны Гуртовенко.

Фейковые новости в условиях российского медиaprостранства

Выпуск № 5-6-2024 открывается материалом главного редактора «Неполиткорректный публицист», посвященным творчеству Захара Прилепина. Ульяновец Олег Самарцев предложил статью «Региональные журналисты на СВО». Среди других публикаций, которые наверняка заинтересуют читателей «Акцен-

тов», – «”Навешивание ярлыков” как речевой прием манипуляции информацией» Даниила Константинова и Елены Ряжских, «Что с нами будет? Или ответ журналистики на вызовы времени» Александра Черняка, «Громко стучит молоточек совести» Галины Щербаковой, «Дружбу деньгами не купишь, силой не возьмешь».

Продолжает регулярно выходить и серия «Филология. Журналистика» ВАКовского научного журнала «Вестника ВГУ» (№ 4-2023, № 1, 2, 3 за 2024 г.): <http://jour.vsu.ru/izdaniya-zhurnaly-i-prodolzhayushchiesya-izdaniya/vestnik-vgu-seriya-filologiya-zhurnalistika>

***Коммуникация в современном мире. Ч. I и Ч. II / Под редакцией В. В. Тулунова. – Воронеж, 2024.***

Сборники включают тезисы докладов и сообщений на Международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию со дня рождения профессора Бориса Владимировича Кривенко и 90-летию со дня рождения профессора Льва Ефремовича Кройчика и проходившей 24 мая 2024 г. на факультете журналистики ВГУ.

***Былое и мы. Журналистика и литература в пространстве культуры. – Воронеж, 2024.***

Сборник статей, посвященный памяти Б. В. Кривенко и Л. Е. Кройчика, подготовлен на кафедре журналистики и литературы.

***Проблемы массовой коммуникации: новые подходы. Ч. I и Ч. II. / Под редакцией В. В. Тулунова. – Воронеж, 2024.***

Сборники содержат материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы», состоявшейся 25 октября 2024 г. на факультете журналистики ВГУ.

***Журналистика и география. Ч. I, Ч. II и Ч. III. / Составители В. В. Свиридов и В. В. Тулунова. – Воронеж, 2024.***

Сборники содержат материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, состоявшейся 22-23 марта 2024 г. в ВГУ в рамках традиционных Песковских чтений. Доклады были представлены в редакции авторов.



Культура и искусство, наука и образование в журналистике XXI века: тенденции, вызовы, перспективы. – Воронеж, 2023.

В сборнике представлены научные материалы журналистской секции «Культура и искусство, наука и образование в журналистике XXI века: тенденции, вызовы, перспективы» Митрофаньевских чтений, проходящих в рамках XXXII Международных Рождественских образовательных чтений «Православие и отечественная культура: потери и приобретения минувшего, образ будущего».

***Современные проблемы журналистской науки. – Воронеж, 2024.***

Семнадцатый, с 2008 г., выпуск сборника «Современные проблемы журналистской науки» подготовлен к печати. Это своеобразный дайджест наиболее интересных статей, опубликованных в течение последнего года в научно-практическом альманахе «Акценты. Новое в массовой коммуникации» и научном журнале списка ВАК «Вестник ВГУ» (серия «Филология. Журналистика»).

***Написание курсовой и дипломной работы. Методическое пособие для обучающихся по программе СПО 42.02.01 Реклама / Составитель Т.А. Осенкова. – Воронеж 2024.***

Пособие содержит основные требования к курсовой и выпускной квалификационной работе.

***Тулупов В. В. Массовая коммуникация и журналистика. Юбилейный сборник. – Воронеж, 2024.***

Сборник, приуроченный к 70-летию доктора филологических наук, профессора, заведующего кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна, декана факультета журналистики Воронежского государственного университета, президента Академии наук региональной печати России В. В. Тулупова, содержит библиографический раздел, избранные труды юбиляра по теории и практике массмедиа и приложение.

***Тулупов В. В. Теория и практика массмедиа. Избранные статьи. – Воронеж, 2024.***

В книгу вошли статьи автора – доктора филологических наук, заведующего кафедрой связей с общественностью, рекла-

мы и дизайна, декана факультета журналистики Воронежского государственного университета, президента Академии наук региональной печати России, опубликованные в разные годы в научных и научно-практических периодических изданиях. Статьи демонстрируют широкий круг научных интересов автора: от медиадизайна и типологии СМИ до медиаобразования и кинематографа.

***Тулупов В. В. Тропинки памяти. – Воронеж, 2024.***

В этой книге серии «Библиотечка журфака» собраны стихи и рассказы, эссе и байки, написанные автором за последние четверть века. Их отличает внимательный, порой ироничный, взгляд автора на нашу действительность, на, казалось бы, привычные вещи, которые, впрочем, и составляют жизнь каждого из нас.

***Подготовил Василий Тулупов.***

## Наши авторы

**Е. М. Бебчук**, кандидат филологических наук, доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации факультета журналистики Воронежского государственного университета, замдекана по учебной работе.

**Н. А. Гааг** кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации факультета журналистики Воронежского государственного университета.

**О. Е. Видная**, кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры русской и зарубежной литературы, журналистики факультета филологии и журналистики Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина.

**А. И. Иванов**, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина.

**Е. Б. Курганова** кандидат филологических наук, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики Воронежского государственного университета.

**В. В. Тулунов**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

**Е. В. Тюрина**, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры журналистики и литературы Воронежского государственного университета.

## Оглавление

<i>Е. М. Бебчук.</i> От редактора-составителя.....	3
	<b><u>ОТКРЫТИЕ ВЫПУСКА</u></b>
<i>В. В. Тулунов.</i> От журналистики – к медиаобразованию.....	4
	<b><u>УНИВЕРСИТЕТСКАЯ НАУКА</u></b>
<i>О. Е. Видная, А. И. Иванов.</i> Тамбовская журналистика: опыт, исследования, проблемы, перспективы.....	16
	<b><u>ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ</u></b>
<i>Н. А. Гааг.</i> ИИ и аудио: партнеры или соперники?.....	24
<i>Е. Б. Курганова.</i> ИИ как драйвер вовлеченности студентов в процесс обучения.....	31
<i>В. В. Тулунов.</i> ИИ в журналистике и журналистском образовании.....	35
<i>Е. В. Тюрина.</i> Генеративные технологии ИИ в новостной журналистике.....	41
	<b><u>ВЫШЛИ ИЗ ПЕЧАТИ</u></b>
Издания факультета журналистики ВГУ.....	47
Наши авторы.....	51

Научно-методическое издание

УМО-РЕГИОН  
Выпуск 24  
под ред. Е.М. Бибчук

Компьютерная верстка: П. И. Новиков

Подписано в печать 8.11.24 Гарнитура Minion Pro  
Бумага офсетная. Печать офсетная.  
Усл. п. л. 3,08 Тираж 100 экз.

Воронежский государственный университет  
Факультет журналистики  
394068, Воронеж, Хользунова, 40-а  
Тел. (473) 274-52-71 E-mail: bechuk@jour.vsu.ru

Отпечатано в типографической лаборатории факультета  
журналистики ВГУ