

Информационное общество и СМИ

**ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК МНОЖЕСТВО: СПОСОБЫ
ВНЕДРЕНИЯ В МЕДИЙНЫЕ ПРАКТИКИ**

Статья рекомендована к публикации главным редактором Т. В. Ершовой 22.01.2025.

Мухина Ольга Сергеевна

Кандидат филологических наук

*Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, департамент
«Факультет журналистики», кафедра периодической печати и сетевых изданий, доцент*

Екатеринбург, Российская Федерация

olga.mukhina@urfu.ru

Олешко Владимир Фёдорович

Доктор философских наук, профессор

*Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, департамент
«Факультет журналистики», кафедра периодической печати и сетевых изданий, заведующий кафедрой*

Екатеринбург, Российская Федерация

vladimir.oleshko@urfu.ru

Аннотация

Одним из наиболее актуальных вызовов для современных медиа стал искусственный интеллект. В 2024 году он уже способен генерировать тексты для нетребовательных читателей и иллюстрации, которые сложно отличить от реальных фотографий. Используя в качестве методики несколько опросов и экспертных интервью, авторы представили общие тенденции развития в данном направлении. Помимо генерации текстов и иллюстраций, нейросети используются журналистами при выполнении целого ряда задач: транскрибация, поиск информации, переводы и пр. При этом нововведения быстрее внедряются медиафрилансерами, чем штатными журналистами. Авторы предполагают, что это лишь начало, и в дальнейшем процент медиаспециалистов, использующих нейросети, будет расти.

Ключевые слова

искусственный интеллект; ИИ; нейросеть; нейросети; ChatGPT; фриланс; медиафриланс; фрилансер; медиафрилансер; внештатная журналистика; внештатный журналист; удалённая работа; дистанционная работа

Введение

Эпоха цифровизации всё больше проникает в различные сферы нашей действительности. Одной из первых испытывает это воздействие журналистика. С появлением гаджетов и Интернета она стала отдаляться от сугубо гуманитарной направленности, постепенно сближаясь со сферой технологий. Одним из наиболее значимых трендов по итогам этого сближения стал фриланс: медиасфера и до цифровизации достаточно гибко подходила к графику работы своих сотрудников, а всевозможные программы, социальные сети, мессенджеры и пр. сделали дистанционную занятость реальной для абсолютного большинства журналистов [1], [2]. Как отмечают исследователи, редакции всё чаще полагаются на внештатных авторов. Существенный толчок придала этому процессу и пандемия COVID-19, когда представители практически всех социумов вынужденно были переведены на удалённую работу [3], [4]. После локдауна многие не вернулись к традиционной службе в офисе, поскольку соответствующие практики удалённой коммуникации были внедрены, а обе стороны трудовых отношений оценили преимущества такого формата сотрудничества.

© Мухина О. С., Олешко В. Ф., 2025

Производство и хостинг журнала «Информационное общество» осуществляется Институтом развития информационного общества.

Данная статья распространяется на условиях международной лицензии Creative Commons «С указанием авторства - С сохранением условий версии 4.0 Международная» (Creative Commons Attribution – ShareAlike 4.0 International; CC BY-SA 4.0). См. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.ru>

https://doi.org/10.52605/16059921_2025_05_66

Очередным и наиболее актуальным нововведением становится искусственный интеллект (ИИ). В практику большинства индивидов он вошёл в конце 2022 года: сначала как необычная и забавная новинка – скорее в качестве хобби, чем работы. На тот момент нейросети допускали слишком много ошибок, тексты приходилось редактировать, и это отнимало больше времени, чем создание текста самостоятельно. Иллюстрации также были далеки от совершенства, особенно когда требовался фотореализм. Что же касается нейросетей, создающих музыку, видео и предоставляющих иные возможности, то их развитие находилось в начальной точке, и применять их в работе было практически невозможно.

Вместе с тем, нейросети развиваются с невероятной скоростью. К началу 2024 года они уже создавали тексты, не нуждающиеся в обязательном редактировании и способные удовлетворить нетребовательного читателя, а иллюстрации, сгенерированные в наиболее продвинутых нейросетях, сложно отличить от реальной фотографии. Активно развиваются и возможности видео: весной 2024 года группа Washed Out выпустила музыкальный клип «The hardest part», полностью созданный нейросетью Sora¹, а в ноябре компания Coca-Cola представила свой традиционный новогодний рекламный ролик, впервые сгенерированный искусственным интеллектом². Блогеры создают цифровые аватары, которые в состоянии провести за них трансляцию, а простые Reels на несложные темы можно сгенерировать за пару минут. Многие ведущие издания, российские и зарубежные, активно внедряют нейросети в свою работу [5].

Изучают потенциал искусственного интеллекта и исследователи, поскольку возникает целый ряд как возможностей, так и проблем [6]. Так, наиболее известный правовой пробел касается авторских прав [7], [8], ведь ни нейросеть, ни пользователь не являются в полной мере авторами созданного произведения. Нельзя забывать и о том, что журналистика всегда была творческой профессией. Возникает вопрос, способен ли искусственный интеллект составить конкуренцию человеку [9]. Появляется и множество этических дилемм [10-12], особенно в плане возможностей использования чужих изображений и голоса, а также вопросы о качестве и достоверности сгенерированных новостей [13]. А некоторые исследователи обсуждают общепрофессиональные опасения относительно стремительного развития ИИ [14], [15]: замены им человеческого труда, исчезновения ряда профессий или даже угрозы существованию человечеству.

Со своей стороны, мы предположили, что медиафрилансеры быстрее штатных журналистов внедряют любые новинки, в том числе нейросети, в свою деятельность. Это объясняется несколькими причинами:

- отсутствие необходимости в многоэтапных утверждениях любых решений;
- личная заинтересованность автора в ускорении процесса работы (это увеличивает его личный доход, а не средства массовой информации);
- склонность фрилансеров к постоянному самообразованию (по вышеуказанной причине), что способствует освоению искусства формулирования промптов, даже при неудовлетворительном первом результате;
- частое выполнение именно фрилансерами примитивных задач (как рерайт), с которых стоит ожидать внедрение нейросетей;
- частое отсутствие именно у фрилансеров уникальных фотографий к материалам;
- активное использование труда фрилансеров в узкоспециализированных нишевых изданиях, где фотографии часто выполняют сугубо иллюстративную функцию и легко могут быть заменены на картинки, сгенерированные нейросетью;
- отсутствие зависимости от конкретного издания и, соответственно, возможность предложить свой материал любому СМИ, в том числе тому, которое принимает сгенерированный контент.

Мы решили изучить, насколько нейросети уже проникли в сферу медиа, в повседневную деятельность журналистов. Однако, основываясь на вышеизложенной гипотезе, мы посчитали целесообразным разделить респондентов на две группы: штатных и внештатных журналистов, предположив, что данные по ним могут сильно различаться.

¹ НейроГид. Запись от 03.05.2024. URL: <https://t.me/neyrogid/1067> (дата обращения: 07.12.2024).

² НейроГид. Запись от 16.11.2024. URL: <https://t.me/neyrogid/1403> (дата обращения: 07.12.2024).

1 Методика исследования

Весной 2024 года мы провели несколько опросов и экспертных интервью. Мы использовали следующие площадки и форматы:

- Группу в социальной сети ВКонтакте «Подслушано Копирайтинг» (https://vk.com/pod_cory). Мы опубликовали вопросы 10, 17, 26 апреля и 2 мая и проверили результаты 11 мая 2024 года.
- Паблики «Медиа Фриланс» (ВКонтакте: https://vk.com/media_freelance, Telegram: <https://t.me/mediafreelance>). Мы опубликовали опросы 4 и 9 мая и проверили их 11 мая 2024 года. Также мы взяли 5 экспертных интервью – они опубликованы на этой же площадке 5, 7, 9, 11 и 13 мая 2024.
- Также в апреле 2024 года мы провели опрос штатных и внештатных журналистов с привлечением студентов департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета. Опрос проводился в формате личной коммуникации с респондентами.

Формулировки вопросов различались в зависимости от формата и площадки, поскольку это были и посты в соцсети в формате «Подслушано», и опросы в соцсетях, и интервью в СМИ, и соцопрос, проведённый при личном взаимодействии с респондентами. Все эти варианты требуют различного подхода, однако мы формулировали вопросы таким образом, чтобы во всех случаях были понятны ответы респондентов по следующим пунктам (см. табл.1):

Таблица 1. Вопросы и количество респондентов

Вопрос	Общее количество респондентов	в т.ч. штатных журналистов	в т.ч. внештатных журналистов
1. Использовал ли журналист в своей работе рерайт и заменил ли данный вид работы на нейросети?	263	101	162
2. Использовал ли журналист фотобанки и заменил ли их на генерацию картинок в нейросетях?	281	101	180
3. Использует ли журналист нейросети для иных задач (и каких)?	165	101	64
4. Как журналист воспринимает искусственный интеллект: как помощника, угрозу или не считает его значимым?	378	101	277

В качестве дополнения мы также провели анализ популярного сайта вакансий HeadHunter (hh.ru) относительно того, как часто работодатели требуют от соискателей в сфере медиа умения работать с нейросетями, и проверили посещаемость наиболее популярного бесплатного фотобанка Pixabay (pixabay.com) с помощью сервиса Similarweb (similarweb.com), предположив, что с развитием нейросетей посещаемость фотобанка падает.

Добавим, что наше исследование, конечно, носит пилотный характер. Для получения точных цифр необходимо не только увеличение числа респондентов, но и, вероятно, разграничение их на большее число подгрупп: например, по типу СМИ, регионам, должностям и пр. В частности, очевидно, что в сетевых изданиях намного больше на данный момент вариантов того, как можно использовать искусственный интеллект, нежели на телевидении. А авторы контента явно чаще его применяют, чем, к примеру, операторы или монтажёры. Также, наши респонденты находились преимущественно в Екатеринбурге, поэтому не стоит экстраполировать результаты на всю Россию или мир. Наше пилотное исследование имеет целью представить не столько цифры, сколько общие тенденции по применению искусственного интеллекта в медиа.

2 Результаты исследования

Приступая к анализу результатов, сразу отметим, что наша гипотеза подтвердилась. Медиафрилансеры действительно чаще штатных журналистов используют возможности нейросетей на настоящий момент. Эксперты, давшие нам интервью, отмечали, что «уже сейчас надо осваивать новую профессию: промпт-инжиниринг» (Александр Шиловский, фрилансер, копирайтер).

Начнём с наиболее популярных задач, таких как генерация текстов и иллюстраций. Основные цифры могут быть представлены следующим образом (см. табл.2):

Таблица 2. Замена рерайта и фотобанков

Полностью заменили на работу с нейросетями	% штатных журналистов	% внештатных журналистов
Рерайт	3%	18%
Фотобанки	3%	8%

Представленные цифры могут показаться незначительными. Однако они демонстрируют общую тенденцию в сфере медиа, и инициируют этот тренд фрилансеры. Следует помнить, что искусственный интеллект ещё находится на начальной ступени своего развития – если отсчитывать от момента, когда ИИ начал генерировать вполне удовлетворительный контент, который множество пабликов даже не будут редактировать. Кроме того, в таблице выше представлены цифры относительно полной замены рерайта и фотобанков на нейросети – гораздо большее число журналистов внедряет ИИ постепенно и/или частично.

Неслучайно одним из популярных слов в ответах наших респондентов стало слово «пока» (Александра Каменёк, автор Very Peri: «Пока это помощник»; Андрей Осенков, корреспондент URA.ru: «Я пробовал использовать нейросети (Gemini, ChatGPT), но пока конечный продукт выходит не очень хорошим»; Кристина Тарасова, выпускающий редактор Altapress: «Этим пользуются только новостники. Авторы больших текстов пока не дружат у нас с нейросетью»). Многие, даже отказываясь на данный момент от нейросетей, допускают их использование в будущем, а некоторые используют их вместе с традиционными способами создания контента. Так, например, полностью отвергают генерацию иллюстраций всего 22% медиафрилансеров. Среди штатных журналистов процент резко выше: 64% (тем не менее, даже в штате треть журналистов активно экспериментирует с ИИ).

Замена рерайта и генерация иллюстраций – это, пожалуй, наиболее известные сегодня в сфере медиа направления применения искусственного интеллекта. Однако мы уточняли у респондентов, используют ли они ИИ для других задач. Как и в предыдущих вопросах, наша гипотеза подтвердилась: медиафрилансеры используют его намного чаще, чем их штатные коллеги: 73% против 34%.

Наиболее популярными трендами применения нейросетей в сфере медиа являются:

- транскрибация аудио;
- обработка видео/звука/фото;
- проверка орфографии;
- поиск информации;
- подбор синонимов при написании текста;
- формирование плана (ТЗ) будущего материала;
- перевод текстов на иностранный язык.

Однако в разных изданиях искусственный интеллект выполняет уже и другие задачи:

- объясняет журналисту сложную тему простыми словами;
- придумывает вопросы для спикеров;
- синтезирует речь;
- оживляет статические изображения;
- создаёт музыку;
- ищет фильмы и сериалы по описанию сюжета;
- подбирает фразы для поздравительных текстов.

Как точно заметил один из наших респондентов, многие подобные задачи «не видны пользователю – это всё, что называется, “под капотом”» (Александр Ашбель, главный редактор Е1).

Добавим, что посещаемость фотобанка Рихабау падает. Мы проверяли статистику с декабря 2023 по апрель 2024, и за этот период посещаемость упала почти на 9% (с 36 до 33 миллионов посетителей в месяц). В свою очередь, анализ сайта вакансий HeadHunter показал, что уже 21% удалённых вакансий в медиа в той или иной форме упоминают нейросети. При офисной занятости таковых пока 3,5%, что полностью совпадает и с нашими данными, полученными от журналистов.

Что касается последнего, скорее философского вопроса, то в этом пункте наши данные по штатным и внештатным журналистам внезапно сошлись: две трети считают искусственный интеллект помощником, четверть – не считает значимым, а остальные воспринимают как угрозу и допускают, что нейросети однажды их заменят. Вместе с тем, показателен тот факт, что именно последняя группа активно использует нейросети, а не воспринимают его всерьёз те, кто полностью отрицает возможность работы с ним или даже не пытался освоить искусство создания промтов.

Заключение

На данный момент не так много журналистов активно используют нейросети. Особенно мало их в штате: всего 3% полностью заменили рерайт и фотобанки на ИИ. Как показало наше исследование, чаще всего это зависит от политики издания. Так, например, многие СМИ пока что полностью отказываются от идеи использовать искусственный интеллект, потому что он «не для телевидения» (Екатерина Шилова, корреспондент ВГТРК-УРАЛ), или у них деловое издание, где «должен присутствовать человеческий интеллект» (Николай Яблонский, главный редактор Коммерсантъ-Урал), или их СМИ «нужен творческий подход» (Алексей Калиев, директор издательства «Стольник»), или у них региональные новости, которые требуют присутствия человека на месте событий (Дмитрий Зубков, начальник отдела SMM «Ямал-медиа»), и пр.

Предварительно уже зная ситуацию на медиарынке, мы предполагали именно такой вариант, поэтому и разделили респондентов на штатных и внештатных. На наш взгляд, показательным является разрыв в цифрах, которые мы получили. Ведь среди медиафрилансеров уже 18% полностью отказались от рерайта в пользу искусственного интеллекта, и ещё большее число респондентов совмещает работу с ИИ и традиционные методы. Две трети фрилансеров экспериментируют с ИИ при решении самых разнообразных задач: от транскрибации до переводов и поиска информации. Среди штатных журналистов – пока каждый третий, но и это уже значительный процент.

Эту тенденцию подтверждает и анализ сайта вакансий HeadHunter, который мы провели: каждая пятая удалённая вакансия в том или ином варианте упоминает нейросети, а при работе в офисе – 3,5%. Понятно, что спрос рождает предложение, и фрилансеры чаще стараются освоить работу с искусственным интеллектом, чем их штатные коллеги.

Тем не менее, это демонстрирует общий тренд, направление дальнейшего развития. Очевидно, что любой редактор предпочтёт даже платную нейросеть расходам на сотрудника, который будет выполнять ту же работу традиционными методами. Поэтому дальнейшее внедрение нейросетей в медиадеятельность – вопрос времени.

Литература

1. Hayes K. The Networked Newsroom: Navigating New Boundaries of Work. Journalism Practice. 2021. DOI: 10.1080/17512786.2021.1949627
2. Hagar N., Wachs J., Horvát E.-Á. Writer movements between news outlets reflect political polarization in media. New Media and Society. 2021. DOI: 10.1177/14614448211027173
3. Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work. Journalism Studies. 2022. DOI: 10.1080/1461670X.2022.2073257
4. Josephi B., O'Donnell P. The blurring line between freelance journalists and self-employed media workers. Journalism. 2022. DOI: 14648849221086806
5. Давыдов С.Г., Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2023. № 5. С. 3–21. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321

6. Шестерина А.М. Влияние технологий искусственного интеллекта на видеопроизводство в сфере продвижения сетевого контента // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2022. Т. 22. № 1. С. 108–113. DOI: 10.14529/ssh220114
7. Шешуков А.Ю., Княжева Е.А. Автор мертв. Почему нейросеть не может стать субъектом авторских прав // Труды по интеллектуальной собственности. 2023. Т. 45. № 2. С. 95–102. DOI: 10.17323/tis.2023.17377
8. Гаврилов Е.В. Об авторском праве на произведения, созданные при помощи искусственного интеллекта с использованием нейросети // В сборнике: Новеллы права, образования, экономики и управления 2023. Материалы IX Международной научно-практической конференции. Гатчина, 2024. С. 57–60.
9. Распопова С.С. Журналистское творчество в эпоху нейросетей // Неофилология. 2024. Т. 10. № 2. С. 442–451. DOI: 10.20310/2587-6953-2024-10-2-442-451
10. Быльева Д.С. Искусственный интеллект в физическом мире: от окружающего интеллекта до этикосферы? // В книге: Философия и культура информационного общества. Тезисы докладов Одиннадцатой Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2023. С. 50–52.
11. Волкова Е.А. Этические дилеммы использования искусственного интеллекта в журналистике // В сборнике: Корпоративные стратегические коммуникации: тренды в профессиональной деятельности. Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 60-летию со дня рождения В.Р. Вашкевича. Минск, 2023. С. 42–43.
12. Алексеев А.П., Алексеева И.Ю. Статус этических кодексов в этике искусственного интеллекта // Информационное общество. 2024. № 4. С. 43–49. DOI: 10.52605/16059921_2024_04_43
13. Меджанова Г., Атаева Дж. Будущее журналистики: влияние технологий и искусственного интеллекта // Инновационная наука. 2024. № 6-1. С. 42–43.
14. Лесина М.И. ChatGPT в журналистике: угроза медиасфере или ценный партнер? // В сборнике: Сборник эссе студентов и учащихся школ по итогам международных конкурсов эссе от 10.09.2023. Нижний Новгород, 2023. С. 12–19.
15. Ри М.А. Эволюция искусственного интеллекта – реальные и гипотетические социальные угрозы // Социология и право. 2024. Т. 16. № 3. С. 380–390. DOI: 10.35854/2219-6242-2024-3-380-390. DOI: 10.35854/2219-6242-2024-3-380-390

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A MULTITUDE: METHODS OF IMPLEMENTATION IN MEDIA PRACTICES

Mukhina, Olga Sergeevna

PhD in philology

Ural Federal University, Journalism department, Department of periodical press and online media, associate professor

Yekaterinburg, Russian Federation

olga.mukhina@urfu.ru

Oleshko, Vladimir Fedorovich

Doctor of philosophy, professor

Ural Federal University, Journalism department, head of the Department of periodical press and online media

Yekaterinburg, Russian Federation

vladimir.oleshko@urfu.ru

Abstract

Artificial intelligence has become one of the most pressing challenges for modern media. By 2024, AI is already capable of generating text for undemanding readers and illustrations that are difficult to distinguish from real photographs. Using a methodology incorporating several surveys and expert interviews, the authors present general trends in this area. Beyond text and image generation, journalists utilize neural networks for a range of tasks including transcription, information retrieval, translation, etc. Importantly, these innovations are being adopted more rapidly by freelancers than by staff journalists. The authors posit that this is only the beginning, and the percentage of media professionals using neural networks will continue to grow.

Keywords

artificial intelligence; AI; neural network; neural networks; ChatGPT; freelance; media freelance; freelancer; media freelancer; freelance journalism; freelance journalist; remote work; distance work

References

1. Hayes K. The Networked Newsroom: Navigating New Boundaries of Work. Journalism Practice. 2021. DOI: 10.1080/17512786.2021.1949627
2. Hagar N., Wachs J., Horvát E.-Á. Writer movements between news outlets reflect political polarization in media. New Media and Society. 2021. DOI: 10.1177/14614448211027173
3. Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work. Journalism Studies. 2022. DOI: 10.1080/1461670X.2022.2073257
4. Josephi B., O'Donnell P. The blurring line between freelance journalists and self-employed media workers. Journalism. 2022. DOI: 14648849221086806
5. Davydov S.G., Zamkov A.V., Krashenninnikova M.A., Lukina M.M. Ispol'zovanie tekhnologij iskusstvennogo intellekta v rossijskikh media i zhurnalistike // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika. 2023. № 5. S. 3–21. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321
6. SHesterina A.M. Vliyanie tekhnologij iskusstvennogo intellekta na videoproizvodstvo v sfere prodvizheniya setevogo kontenta // Vestnik YUzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Social'no-gumanitarnye nauki. 2022. T. 22. № 1. S. 108–113. DOI: 10.14529/ssh220114
7. SHeshukov A.YU., Knyazheva E.A. Avtor mertv. Pochemu nejroset' ne mozhnet stat' sub"ektom avtorskih prav // Trudy po intellektual'noj sobstvennosti. 2023. T. 45. № 2. S. 95–102. DOI: 10.17323/tis.2023.17377
8. Gavrilov E.V. Ob avtorskom prave na proizvedeniya, sozdannye pri pomoshchi iskusstvennogo intellekta s ispol'zovaniem nejroseti // V sbornike: Novelly prava, obrazovaniya, ekonomiki i upravleniya 2023. Materialy IX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Gatchina, 2024. S. 57–60.
9. Raspopova S.S. Zhurnalistskoe tvorchestvo v epohu nejrosetej // Neofilologiya. 2024. T. 10. № 2. S. 442–451. DOI: 10.20310/2587-6953-2024-10-2-442-451

10. Byl'eva D.S. Iskusstvennyj intellekt v fizicheskom mire: ot okruzhayushchego intellekta do etikosfery? // V knige: *Filosofiya i kul'tura informacionnogo obshchestva. Tezisy dokladov Odinnadcatoy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii*. Sankt-Peterburg, 2023. S. 50–52.
11. Volkova E.A. Eticheskie dilemmy ispol'zovaniya iskusstvennogo intellekta v zhurnalistike // V sbornike: *Korporativnye strategicheskie kommunikacii: trendy v professional'noj deyatel'nosti. Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, posvyashchennoj 60-letiyu so dnya rozhdeniya V.R. Vashkevicha*. Minsk, 2023. S. 42–43.
12. Alekseev A.P., Alekseeva I.YU. Status eticheskikh kodeksov v etike iskusstvennogo intellekta // *Informacionnoye obshchestvo*. 2024. № 4. S. 43–49. DOI: 10.52605/16059921_2024_04_43
13. Medzhanova G., Ataeva Dzh. Budushchee zhurnalistiki: vliyanie tekhnologij i iskusstvennogo intellekta // *Innovacionnaya nauka*. 2024. № 6-1. S. 42–43.
14. Lesina M.I. ChatGPT v zhurnalistike: ugroza mediasfere ili cennyj partner? // V sbornike: *Sbornik esse studentov i uchashchihsya shkol po itogam mezhdunarodnykh konkursov esse ot 10.09.2023*. Nizhnij Novgorod, 2023. S. 12–19.
15. Ri M.A. Evolyuciya iskusstvennogo intellekta – real'nye i gipoteticheskie social'nye ugrozy // *Sociologiya i pravo*. 2024. T. 16. № 3. S. 380–390. DOI: 10.35854/2219-6242-2024-3-380-390. DOI: 10.35854/2219-6242-2024-3-380-390