

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РАБОТЕ ГТРК «ЮЖНЫЙ УРАЛ»

Е. Л. Дмитренко^{1,2}, Р. Р. Булатов¹, Л. П. Шестеркина¹

¹Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Российская Федерация

²ГТРК «Южный Урал», г. Челябинск, Российская Федерация

Статья посвящена анализу роли и места искусственного интеллекта в деятельности ГТРК «Южный Урал» как представителя современных средств массовой информации: Актуальность работы определяется цифровой трансформацией медиаиндустрии, обусловленной развитием искусственного интеллекта, что требует не только технологической адаптации, но и осмысления новых профессиональных форм, в которых будет развиваться журналистика будущего. Проведённое исследование позволило выявить ключевые особенности внедрения технологий искусственного интеллекта в деятельность регионального медиахолдинга – ГТРК «Южный Урал». В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты внедрения ИИ-технологий в её медиaproстранство, включая автоматизацию создания контента, использование нейросетей для генерации текстов, изображений и видео, а также применение алгоритмических инструментов в журналистской практике. особое внимание уделено этическим и правовым вопросам, связанным с использованием искусственного интеллекта в деятельности медиахолдинга, включая проблему авторства, ответственности за достоверность информации и защиту персональных данных; на основе анализа конкретных кейсов ГТРК «Южный Урал» авторы делают вывод о трансформации профессии журналиста под влиянием цифровых технологий и выявляют ключевые вызовы, стоящие перед данным медиахолдингом на пути дальнейшего внедрения искусственного интеллекта.

Ключевые слова: журналистика, искусственный интеллект, СМИ, медиасистема, ГТРК «Южный Урал», информационные технологии.

Введение

Современные средства массовой информации переживают этап глубокой цифровой трансформации, одним из центральных компонентов которой выступает внедрение технологий искусственного интеллекта (ИИ). На сегодняшний день ИИ активно применяется для анализа больших массивов данных, автоматической генерации текстового и визуального контента, персонализации медиапотребления, а также оптимизации рутинных редакционных процессов. Актуальность этих решений особенно возрастает в условиях стремительного информационного потока и возрастающих требований к скорости и точности обработки данных.

Настоящее исследование посвящено анализу практического опыта использования ИИ в деятельности регионального медиахолдинга – ГТРК «Южный Урал». Основная цель работы – выявить текущие направления внедрения ИИ в журналистскую практику, оценить эффективность применяемых инструментов и проанализировать правовые и этические вызовы, связанные с использованием алгоритмически сгенерированного контента.

Обзор литературы

В последние годы тема использования искусственного интеллекта в средствах массовой информации приобретает всё большую научную и практическую значимость. Ускорение информационных потоков, экспоненциальный рост объёмов данных и необходимость оперативного реагирования на события стимулируют внедрение алгоритмических решений в повседневную журналистскую

практику. В научной среде активно обсуждаются этические последствия применения нейросетей, их влияние на профессиональную идентичность журналиста, а также трансформация медиaproстранства в условиях цифровой трансформации.

Отечественные и зарубежные исследователи рассматривают различные аспекты интеграции искусственного интеллекта в СМИ. Так, А. Р. Акуличева и С. А. Алиева акцентируют внимание на этических дилеммах, связанных с использованием «умных» технологий, и подчёркивают необходимость чёткого распределения ответственности за создаваемый контент [1].

А. В. Алпатов анализирует изменения в журналистике под влиянием искусственного интеллекта, в частности, его роль в автоматизации генерации новостей [2].

А. Д. Арсентьева и А. А. Морозова указывают на системные барьеры внедрения искусственного интеллекта в российскую медиасреду, включая недостаточную техническую оснащённость и дефицит квалифицированных кадров [3].

Особое внимание в литературе уделяется автоматизации новостного производства. А. А. Беляков подробно описывает применение искусственного интеллекта для создания новостных текстов и приводит примеры таких инструментов, как RoboGPT и аналогичные платформы [4].

Е. А. Бондаренко и Н. Л. Курдюмова исследуют более широкий спектр технологий искусственного интеллекта в медиа – от генерации текстов до создания видео и графики [5].

Возможности использования ИИ в теле- и радиожурналистике рассматриваются в работе И. Б. Орлова [6].

Параллельно развивается дискуссия о доверии к алгоритмическим системам. В. В. Бителин подчёркивает, что прозрачность и этическая регуляция применения искусственного интеллекта в СМИ являются ключевыми условиями формирования общественного доверия к медиаконтенту [7].

Вопросы цифровой этики в контексте внедрения искусственного интеллекта освещаются Т. В. Чистяковой, которая настаивает на необходимости разработки новых этических норм для цифровой журналистики [8].

О. В. Васильева также обращает внимание на важность соблюдения профессиональных стандартов при работе с нейросетевыми инструментами [9].

Отдельное направление исследований посвящено роли искусственного интеллекта в креативной журналистике. А. В. Голубева отмечает, что, хотя автоматизация значительно сокращает временные затраты на подготовку материалов, контроль за качеством, уникальностью и смысловой достоверностью остаётся в компетенции человека [10].

Подобный вывод подтверждается и в работе А. А. Горелова, рассматривающего искусственный интеллект как фактор трансформации информационного пространства, но не как замену журналисту [11].

Таким образом, анализ научной литературы демонстрирует двойственную природу внедрения искусственного интеллекта в СМИ: с одной стороны, рост эффективности и расширение функциональных возможностей, с другой – возникновение этических, правовых и профессиональных вызовов. Особенно остро эти вопросы стоят в контексте региональных медиахолдингов, где ресурсы и нормативная база могут быть ограничены. В настоящем исследовании практическая реализация искусственного интеллекта рассматривается на примере ГТРК «Южный Урал». Эксперты компании отмечают, что использование ИИ-инструментов позволяет оптимизировать создание контента, особенно в задачах обработки больших данных и визуализации информации. Вместе с тем, подчёркивается необходимость постоянного редакционного контроля, особенно при работе с нейросетевой графикой, где возникают сложные вопросы, связанные с авторским правом и этической допустимостью.

Методы исследования

Для достижения цели и решения поставленных задач в работе были использованы как теоретические, так и эмпирические методы. Теоретический этап включал анализ научной литературы, нормативно-правовых актов, публикаций в отечественных и зарубежных средствах массовой ин-

формации, а также материалов официальных сайтов медиаорганизаций.

Эмпирическая база исследования включала анкетирование 32 сотрудников ГТРК «Южный Урал»: журналистов, редакторов, продюсеров, инженеров и юристов. Кроме того, был проведён контент-анализ 150 медиаматериалов, опубликованных в период с января по апрель 2025 года, из которых 47 материалов содержали элементы, созданные с использованием искусственного интеллекта (включая графику, тексты, поиск информации). Эти данные легли в основу количественных оценок, представленных в табл. 1 и 2.

Результаты и дискуссия

В ходе исследования были выявлены ключевые тенденции и особенности внедрения технологий искусственного интеллекта в работу ГТРК «Южный Урал». Ниже представлены результаты и их научное обсуждение.

1. Основные направления и результаты использования искусственного интеллекта в ГТРК «Южный Урал»

На основании проведённого исследования установлено, что внедрение искусственного интеллекта в деятельность ГТРК «Южный Урал» осуществляется в следующих направлениях: генерация графических материалов, подготовка текстовых публикаций, поиск информации и другие аспекты. Более подробная информация результатов и описания представлена в табл. 1.

Таблица 1
Распределение задач, выполняемых с помощью ИИ в ГТРК «Южный Урал» (в %)

Table 1
Distribution of tasks performed using AI in GTRK Yuzhny Ural (in %)

Задача	Кол-во материалов	Процент выполнения, %	Основное значение
Генерация графики	31	66,0 %	Создание иллюстраций к публикациям, особенно при отсутствии реальных фотографий или необходимости соблюдения анонимности источников
Подготовка текстов	9	19,1 %	Автоматизация написания шаблонных новостей, расшифровка интервью, проверка грамматики и стилистики с помощью сервисов (Grammarly, НейроТекстер и др.)
Поиск информации	5	10,6 %	Сбор данных, мониторинг СМИ и социальных сетей с использованием ИИ-инструментов
Другое	2	4,3 %	Создание чат-ботов, автоматизация рассылок, поддержка взаимодействия с аудиторией

2. Анализ мнений сотрудников ГТРК «Южный Урал», полученных в ходе анкетирования и 12 полуструктурированных интервью, выявил двой-

ственное отношение к внедрению искусственного интеллекта в редакционную практику: с одной стороны, признание его практической эффективности, с другой – наличие профессиональных и этических рисков.

Более 70 % респондентов отметили, что использование ИИ-инструментов позволяет значительно сократить время на выполнение рутинных задач и повысить общее качество подготовки медиаматериалов. Количественная оценка подтверждается данными табл. 2: при генерации графики экономия времени достигает 4 часов на один материал, при подготовке текстов – до 1,5 часов, при поиске информации – 1,5–2,5 часа. В совокупности это обеспечивает сокращение ежедневной рабочей нагрузки на 7–8 часов, что особенно важно в условиях ограниченных ресурсов регионального медиахолдинга.

В то же время около 40 % журналистов выразили обеспокоенность по поводу утраты индивидуального авторского стиля и снижения уровня личной этической ответственности за контент, созданный с участием нейросетей. Эта тревога усиливается из-за отсутствия формализованных внутренних стандартов работы с искусственным интеллектом и недостатком специализированной подготовки: более 80 % сотрудников осваивают ИИ-инструменты эмпирически – методом проб и ошибок, без участия в обучающих программах.

Таблица 2

Оценка эффективности использования искусственного интеллекта в автоматизации рабочих процессов ГТРК «Южный Урал»

Table 2

Evaluation of the effectiveness of using artificial intelligence in automating the work processes of GTRK Yuzhny Ural

Категория	Временные затраты (вручную)	Временные затраты (с ИИ)	Экономия времени
Генерация графики	до 4–5 часов	~1 час	до 4 часов / график
Подготовка текстов	до 3 часов / материал	~1,5 часа / материал	до 1,5 часов / материал
Поиск информации	до 2–3 часов	до 0,5 часа	1,5–2,5 часа
Общая экономия	до ~9–11 часов	до ~3 часов	до ~7–8 часов

Стоит отметить, что практическое применение искусственного интеллекта в редакции носит целенаправленный характер и соответствует выявленным потребностям. Согласно контент-анализу 47 медиаматериалов, созданных с использованием искусственного интеллекта в 2024 году (см. табл. 1), основное применение технологии нашли в генерации графики (31 материал, 66,0 %) – преимущественно для иллюстрации публикаций при отсутствии реальных фотографий или необходимости соблюдения анонимности. На втором месте – подготовка текстов (9 материалов, 19,1 %), включая автоматизацию шаблонных новостей и редакторскую проверку с помощью Grammarly,

НейроТекстера и аналогичных сервисов. Менее распространены задачи поиска информации (5 материалов, 10,6 %) и вспомогательные функции, такие как чат-боты и рассылки (2 материала, 4,3 %).

Таким образом, восприятие искусственного интеллекта в ГТРК «Южный Урал» формируется не абстрактно, а на основе конкретного опыта его применения в рамках узких, но востребованных направлений. Это позволяет избежать технологического энтузиазма и сосредоточиться на решении реальных редакционных задач, сохраняя при этом критическое отношение к ограничениям и рискам, связанным с алгоритмическими инструментами.

3. Правовые и этические аспекты использования искусственного интеллекта в ГТРК «Южный Урал».

Активное внедрение технологий искусственного интеллекта в медиaprостранство обостряет необходимость правового регулирования и этического сопровождения их применения. Эмпирический анализ практики ГТРК «Южный Урал» позволил выделить два взаимосвязанных блока проблем – правовые и этические, – которые определяют специфику интеграции ИИ в региональное медиапроизводство.

Правовые аспекты

Центральное место среди правовых вызовов занимает вопрос ответственности за достоверность информации. Согласно Федеральному закону РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации», юридическая ответственность за точность и объективность публикуемого контента возлагается на главного редактора. Применение ИИ-инструментов для генерации текстов не отменяет эту норму: алгоритмы не освобождают редакцию от обязанности верифицировать информацию как минимум по двум независимым источникам. Таким образом, искусственный интеллект усложняет, но не отменяет распределение юридической ответственности, оставляя её за человеком – журналистом или редактором.

Второй значимой проблемой является неопределённость авторства ИИ-генерированного контента. Действующее законодательство РФ не содержит норм, регулирующих авторские права на визуальные произведения, созданные нейросетевыми моделями. Это порождает правовую неопределённость, особенно в случаях, когда сгенерированные изображения стилистически имитируют творчество известных художников (например, визуальные отсылки к анимации студии Ghibli). Отсутствие чёткого правового статуса таких объектов затрудняет как защиту интересов правообладателей искусственного интеллекта, так и предотвращение авторско-правовых конфликтов.

Особую озабоченность вызывает соблюдение требований Федерального закона от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных». При генерации изображений с помощью искусственного ин-

теллекта существует риск создания виртуальных лиц, случайно совпадающих с реальными индивидами, включая несовершеннолетних. Такие случаи могут быть квалифицированы как обработка персональных данных без согласия субъекта, что влечёт за собой административную и репутационную ответственность. Это подчёркивает необходимость разработки специализированных нормативных актов, учитывающих особенности функционирования искусственного интеллекта в медиасфере.

Этические аспекты

С этической точки зрения наиболее острыми являются вопросы стилевых заимствований и имитации авторских манер. Нейросети, обученные на массивах художественных произведений, способны воспроизводить узнаваемые стили, что может восприниматься как нарушение профессиональной этики, даже при формальном соблюдении закона. В ГТРК «Южный Урал» осознают этот риск и сознательно ограничивают использование стилизованных образов, отдавая предпочтение абстрактной, нейтральной или футуристичной графике.

Не менее важным является этическое измерение генерации изображений людей, особенно несовершеннолетних. Даже при отсутствии прямого нарушения законодательства, создание ИИ-образов, ассоциирующихся с реальными личностями, может вызывать негативную реакцию аудитории и порождать моральные дилеммы. Это требует от медиаорганизаций выработки внутренних этических стандартов, регулирующих допустимые границы использования генеративных технологий.

Наконец, ключевым принципом современной журналистики становится прозрачность. В условиях распространения deepfake-технологий и дезинформации доверие аудитории напрямую зависит от открытости источников контента. Этическая норма требует информировать зрителей о том, какие элементы публикации (тексты, изображения, видео) созданы с участием искусственного интеллекта. Такая практика не только укрепляет репутацию медиа как надёжного источника, но и способствует формированию у аудитории критического отношения к цифровому контенту.

Таким образом, анализ практики ГТРК «Южный Урал» показывает, что внедрение искусственного интеллекта в медиапроизводство сопряжено с комплексом правовых и этических вызовов, отражающих общероссийские и глобальные тенденции. Табл. 3, отражающая частоту упоминания ключевых проблем, требует их решения – как совершенствования законодательной базы, так и разработки профессиональных этических кодексов, ориентированных на специфику работы с генеративными технологиями в СМИ.

Эти данные свидетельствуют о том, что внедрение искусственного интеллекта в деятельность СМИ требует разработки чёткой правовой базы, регулирующей взаимодействие между авторами,

медиаорганизациями и алгоритмическими системами. Как показывает табл. 3, наиболее остро сотрудниками ГТРК «Южный Урал» воспринимаются вопросы авторства ИИ-контента (87,5 %) и ответственности за достоверность информации (81,3 %), что подчёркивает сохраняющуюся центральную роль человека в медиапроизводстве даже в условиях автоматизации.

Таблица 3

Доля распределения правовых и юридических аспектов использования искусственного интеллекта (ИИ)

Table 3

The share of distribution of legal and judicial aspects of using artificial intelligence (AI)

№	Категория проблемы	Кол-во респондентов	Доля, %
1	Авторство ИИ-контента	28	87,5 %
2	Ответственность за достоверность информации	26	81,3 %
3	Прозрачность и доверие	24	75,0 %
4	Защита персональных данных	22	68,8 %
5	Воспроизведение авторских стилей	20	62,5 %
6	Использование изображений людей / детей	18	56,3 %

Полученные результаты позволяют утверждать, что интеграция ИИ в региональные СМИ открывает перед редакциями новые возможности – прежде всего за счёт сокращения временных затрат на рутинные операции и повышения оперативности выпуска контента. Вместе с тем она порождает комплекс этических, правовых и профессиональных вызовов. Несмотря на то что ИИ значительно ускоряет подготовку материалов, он не способен заменить журналиста в ключевых функциях: интерпретации событий, построении нарратива и обеспечении верификации информации.

Особую озабоченность вызывает дефицит нормативного регулирования в сфере генеративных технологий. Отсутствие законодательных норм, определяющих статус авторства на ИИ-сгенерированный контент, а также неопределённость в распределении ответственности за ошибки, допущенные алгоритмами, создают риски юридических споров и репутационных потерь для медиаорганизаций.

В то же время сотрудники ГТРК «Южный Урал» рассматривают ИИ не как конкурента, а как инструмент, способный высвободить профессиональный ресурс журналиста для выполнения творческих и аналитических задач. В этом смысле опыт данного холдинга представляет собой релевантный кейс адаптации регионального СМИ к условиям цифровой трансформации – с сохранением этических и профессиональных стандартов при активном освоении новых технологий.

Выводы

Проведённое исследование позволило выявить ключевые особенности внедрения технологий искусственного интеллекта в деятельность регионального медиахолдинга – ГТРК «Южный

Урал». Анализ практики показал, что ИИ активно используется в редакционной работе, прежде всего для генерации визуального контента, подготовки текстовых материалов, поиска и обработки информации, а также решения вспомогательных задач, связанных со взаимодействием с аудиторией.

Применение искусственного интеллекта способствует повышению оперативности и эффективности медиапроизводства за счёт автоматизации рутинных процессов. Особенно высокую практическую ценность искусственный интеллект демонстрирует при создании иллюстраций в условиях отсутствия фотофиксации, подготовке шаблонных новостей, транскрипции аудиозаписей и языковой проверке текстов. Вместе с тем сотрудники редакции подчёркивают, что технология не заменяет профессиональное суждение журналиста, а лишь освобождает его время для выполнения аналитических и творческих функций.

Одновременно с практическими преимуществами внедрение искусственного интеллекта сопряжено с рядом этических и правовых вызовов. Наиболее острыми среди них являются вопросы авторства алгоритмически сгенерированного контента, ответственности за достоверность информации и соблюдения норм защиты персональных данных. Отсутствие чёткого нормативного регулирования в этих сферах создаёт правовую неопределённость и повышает риски как юридических, так и репутационных последствий.

Опыт ГТРК «Южный Урал» свидетельствует о том, что искусственный интеллект воспринимается в профессиональной среде не как конкурент, а как инструмент, расширяющий функциональные возможности журналиста. Успешная интеграция ИИ в деятельность СМИ возможна лишь при условии сохранения ведущей роли человека в процессах интерпретации событий, построения нарратива и обеспечения верификации информации, а также при разработке внутренних этических стандартов и совершенствовании законодательной базы.

Таким образом, цифровая трансформация медиаиндустрии, обусловленная развитием искусственного интеллекта, требует не только технологической адаптации, но и осмысления новых профессиональных, этических и правовых рамок, в которых будет развиваться журналистика будущего.

Литература

1. Акуличева, А. Р. Нейросеть и журналистика: этический вопрос использования умных технологий в СМИ / А. Р. Акуличева, С. А. Алиева // Молодой учёный. – 2023. – № 51 (498). – С. 115–117.
2. Алпатов, А. В. Нейросети в медиа: как искусственный интеллект меняет журналистику /

А. В. Алпатов // Медиаисследования России. – 2022. – № 1. – С. 45–52.

3. Арсентьева, А. Д. Проблемы внедрения алгоритмов искусственного интеллекта в российскую журналистику / А. Д. Арсентьева, А. А. Морозова // Огарёв-Online. – 2021. – № 2 (155). – С. 1–8.

4. Беляков, А. А. Автоновости: применение ИИ в создании новостных текстов / А. А. Беляков // Журналистское и медийное пространство. – 2021. – № 3. – С. 101–110.

5. Бондаренко, Е. А. Искусственный интеллект в современных СМИ: технологии создания медиаконтента / Е. А. Бондаренко, Н. Л. Курдюмова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2021. – № 4. – С. 87–102.

6. Орлов, И. Б. Искусственный интеллект в теле- и радиожурналистике / И. Б. Орлов // Вестник Томского государственного университета. – 2022. – № 470. – С. 134–141.

7. Бителин, В. В. О проблеме доверия к технологиям искусственного интеллекта / В. В. Бителин // Успехи кибернетики. – 2021. – № 2 (3). – С. 6–7.

8. Чистякова, Т. В. Цифровая этика в условиях внедрения ИИ в СМИ / Т. В. Чистякова // Философские науки. – 2021. – № 4. – С. 99–106.

9. Васильева, И. С. Искусственный интеллект и этика медиа: проблемы и пути решения / И. С. Васильева // Вестник Южного научного центра РАН. – 2023. – Т. 19, № 4. – С. 88–95.

10. Голубева, А. В. ИИ в креативной журналистике: возможности и ограничения / А. В. Голубева // Медиа-коммуникации. – 2022. – № 2. – С. 67–75.

11. Горелов, А. А. Медиа будущего: роль искусственного интеллекта в трансформации информационного пространства / А. А. Горелов // Философия и культура. – 2023. – № 6. – С. 45–59.

12. Городецкий, В. И. Искусственный интеллект: от символических систем до когнитивных роботов: учебное пособие / В. И. Городецкий. – СПб.: Питер, 2021. – С. 41–70.

13. Гребнев, Л. С. Технологии искусственного интеллекта в управлении медиаорганизациями / Л. С. Гребнев // Управление в сфере массовых коммуникаций. – 2021. – № 5. – С. 44–51.

14. Захаров, А. А. Журналистика на пороге цифровой эпохи: автоматизация, ИИ и новые форматы контента / А. А. Захаров // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2021. – № 2 (38). – С. 112–120.

15. Иванова, О. В. Этические аспекты применения искусственного интеллекта в СМИ / О. В. Иванова // Экономика социологии. – 2023. – Т. 24, № 2. – С. 120–134.

Дмитренко Евгения Леонидовна – кандидат филологических наук, директор ГТРК «Южный Урал», профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью ИМСГН, Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), e-mail: evgdmitr@mail.ru

Булатов Рифат Ринатович – магистрант кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью ИМСГН, Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), e-mail: angel_zero88@mail.ru

Шестеркина Людмила Петровна – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью, Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), e-mail: shesterkina@p@susu.ru. ORCID 0000-0002-2859-7991

Поступила в редакцию 23 февраля 2026 г.

DOI: 10.14529/ssh260210

FEATURES OF USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE WORK OF GTRK YUZHNY URAL

E. L. Dmitrenko^{1,2}, R. R. Bulatov¹, L. P. Shesterkina¹

¹South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

²State Television and Radio Broadcasting Company «South Ural», Chelyabinsk, Russian Federation

The article analyzes the role and place of artificial intelligence (AI) in modern mass media. It examines both theoretical and practical aspects of introducing AI technologies into the media space, including the automation of content generation, the use of neural networks to generate texts, images and videos, as well as the prospects for the development of algorithmic tools in journalistic practice. The article also focuses on ethical and legal concerns related to the use of artificial intelligence in the media, including authorship, responsibility for the accuracy of information, and personal data protection. It presents examples of using artificial intelligence in the Russian media holding GTRK (State TV and Radio Broadcasting Company) Yuzhny Ural. The authors conclude about the transformation of the profession of a journalist under the influence of digital technologies and the main challenges faced by the industry on the way to further implementation of artificial intelligence.

Keywords: journalism, artificial intelligence, mass media, media system, GTRK Yuzhny Ural, information technologies.

References

1. Akulichева A.R., Alieva S.A. Neyroset' i zhurnalistika: eticheskiy vopros ispolzovaniya umnykh tekhnologiy v SMI [Neural Network and Journalism: the Ethical Issue of Using Smart Technologies in the Media] // *Molodoy uchenyy*. 2023. № 51 (498). P. 115–117.
2. Alpatov A.V. Neyroseti v media: kak iskusstvennyy intellekt menyayet zhurnalistiku [Neural Networks in the Media: how Artificial Intelligence is Changing Journalism] // *Mediainssledovaniya Rossii*. 2022. № 1. P. 45–52.
3. Arsentieva A.D., Morozova A.A. Problemy vnedreniya algoritmov iskusstvennogo intellekta v rossiyskuyu zhurnalistiku [Problems of Introducing Artificial Intelligence Algorithms into Russian Journalism] // *Ogarev-Online*. 2021. № 2 (155). P. 1–8.
4. Belyakov A.A. Avtonovosti: primeneniye II v sozdanii novostnykh tekstov [Auto-News: the Use of AI in the Creation of News Texts] // *Zhurnalisticheskoye i mediynoye prostranstvo*. 2021. № 3. P. 101–110.
5. Bondarenko E.A., Kurdyumova N.L. Iskusstvennyy intellekt v sovremennykh SMI: tekhnologii sozdaniya mediakontenta [Artificial Intelligence in Modern Media: Technologies for Creating Media Content] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 2021. № 4. P. 87–102.
6. Orlov I.B. Iskusstvennyy intellekt v tele- i radiozhurnalistike [Artificial Intelligence in Television and Radio Journalism] // *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2022. № 470. P. 134–141.
7. Bitelin V.V. O probleme doveriya k tekhnologiyam iskusstvennogo intellekta [On the Problem of Trust in Artificial Intelligence Technologies] // *Uspekhi kibernetiki*. 2021. № 2 (3). P. 6–7.
8. Chistyakova T.V. Tsifrovaya etika v usloviyakh vnedreniya II v SMI [Digital Ethics in the Context of the Introduction of AI in the Media] // *Filosofskiye nauki*. 2021. № 4. P. 99–106.

9. Vasilyeva I.S. Iskusstvennyy intellekt i etika media: problemy i puti resheniya [Artificial Intelligence and Media Ethics: Problems and Solutions] // *Vestnik Yuzhnogo nauchnogo tsentra RAN*. 2023. Vol. 19, № 4. P. 88–95.
10. Golubeva A.V. II v kreativnoy zhurnalistike: vozmozhnosti i ogranicheniya [AI in Creative Journalism: Opportunities and Limitations] // *Media-kommunikatsii*. 2022. № 2. P. 67–75.
11. Gorelov A.A. Media budushchego: rol' iskusstvennogo intellekta v transformatsii informatsionnogo prostranstva [Media of the Future: the Role of Artificial Intelligence in the Transformation of the Information Space] // *Filosofiya i kultura*. 2023. № 6. P. 45–59.
12. Gorodetsky V.I. Iskusstvennyy intellekt: ot simvolnykh sistem do kognitivnykh robotov [Artificial Intelligence: From Symbolic Systems to Cognitive Robots]: uchebnoye posobiye. Saint Petersburg: Piter, 2021. P. 41–70.
13. Grebnev L.S. Tekhnologii iskusstvennogo intellekta v upravlenii mediaorganizatsiyami [Artificial Intelligence Technologies in Media Organization Management] // *Upravleniye v sfere massovykh kommunikatsiy*. 2021. № 5. P. 44–51.
14. Zakharov A.A. Zhurnalistika na poroge tsifrovoy epokhi: avtomatizatsiya. II i novyye formaty kontenta [Journalism on the Threshold of the Digital Age: Automation, AI, and New Content Formats] // *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta*. 2021. № 2 (38). P. 112–120.
15. Ivanova O.V. Eticheskiye aspekty primeneniya iskusstvennogo intellekta v SMI [Ethical Aspects of the Use of Artificial Intelligence in the Media] // *Ekonomika sotsiologii*. 2023. Vol. 24. № 2. P. 120–134.

Evgeniya L. Dmitrenko – Cand. Sc. (Philology), Director of GTRK Yuzhny Ural, Professor of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, South Ural State University (Chelyabinsk), e-mail: evgdmtr@mail.ru

Rifat R. Bulatov – Master Degree Student at the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, South Ural State University (Chelyabinsk), e-mail: angel_zero88@mail.ru

Lyudmila P. Shesterkina – D. Sc. (Philology), Professor, Head of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, South Ural State University (Chelyabinsk), e-mail: shesterkina@susu.ru

Received February 23, 2026

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Дмитренко, Е. Л. Особенности использования искусственного интеллекта в работе ГТРК «Южный Урал» / Е. Л. Дмитренко, Р. Р. Булатов, Л. П. Шестеркина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2026. – Т. 26, № 2. – С. 83–89. DOI: 10.14529/ssh260210

FOR CITATION

Dmitrenko E. L., Bulatov R. R., Shesterkina L. P. Features of using artificial intelligence in the work of GTRK Yuzhny Ural. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2026, vol. 26, no. 2, pp. 83–89. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh260210