



УДК 070

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-4-648-659

EDN FVCCOK

Цифровой аватар как новый телеведущий: творческий эксперимент

Неренц Д.В., Дякина А.А.

Российский государственный гуманитарный университет,
Россия, 125047, г. Москва, Миусская пл., д. 6, стр. 6
ya.newlevel@yandex.ru; linadiakina6120@gmail.com

Аннотация. В настоящее время имеются примеры появления виртуальных телеведущих на региональных телеканалах. Цель исследования – определить специфику созданных искусственным интеллектом виртуальных телеведущих, или цифровых аватаров, имитирующих внешность, мимику, жесты, речь человека, выявить их положительные и отрицательные стороны, а также с помощью метода творческого эксперимента определить, насколько перспективной может быть замена человека цифровым аватаром для ведения телепрограмм. Авторами проведен творческий эксперимент, в ходе которого с помощью трех нейросетей (GigaChat, Kandinsky и D-ID) был создан виртуальный ведущий для приемной кампании факультета журналистики Российского государственного гуманитарного университета. В работе описан процесс и результаты этого эксперимента. Полученный опыт позволил продемонстрировать доступность создания цифровых аватаров с разными функциональными возможностями, а также обосновать необходимость осознанного и аккуратного использования появившегося инструментария.

Ключевые слова: искусственный интеллект, нейросеть, виртуальный ведущий, телевидение, СМИ, GigaChat, журналистика

Для цитирования: Неренц Д.В., Дякина А.А. 2025. Цифровой аватар как новый телеведущий: творческий эксперимент. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(4): 648–659. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-4-648-659 EDN: FVCCOK

Digital Avatar as a New TV Presenter: A Creative Experiment

Daria V. Nerents, Angelina A. Dyakina

Russian State University for the Humanities,
bldg. 6, bld. 6, Miusskaya Sq., Moscow 125047, Russia
ya.newlevel@yandex.ru; linadiakina6120@gmail.com

Abstract. Currently, there are examples of virtual TV presenters appearing on regional TV channels. The purpose of the research is to understand a new phenomenon on modern television – virtual TV presenters created by artificial intelligence, or digital avatars that imitate a person's appearance, facial expressions, gestures, and speech. The authors conducted a creative experiment, during which, using three neural networks (GigaChat, Kandinsky and D-ID), a virtual presenter was created for the admission campaign of the Faculty of Journalism of the Russian State University for the Humanities. The paper describes the process and results of this experiment. The experience gained made it possible to demonstrate the accessibility of creating digital avatars with different functionality, as well as to justify the need for conscious and careful use of the tools that have appeared.

Keywords: artificial intelligence, neural network, virtual presenter, television, mass media, GigaChat, journalism

For citation: Nerents D.V., Dyakina A.A. 2025. Digital Avatar as a New TV Presenter: A Creative Experiment. *Issues in Journalism Education, Linguistics*, 44(4): 648–659 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-4-648-659 EDN: FVCCOK

Введение

Процессы цифровизации кардинально меняют медиасферу – сам контент и способы его доставки. Вследствие этого традиционные СМИ отчетливо осознают необходимость присутствия в онлайн-среде и стремятся использовать всевозможные новые инструменты для привлечения аудитории. Интересен в этом контексте опыт телевидения, которое стремится сохранить свое лидирующее положение на рынке и привлечь молодых зрителей любыми доступными способами. Один из них – интеграция в творческую деятельность технологий искусственного интеллекта. На сегодняшний день нейросети в редакциях телеканалов стали по-настоящему полезным инструментом: их применяют для поиска справочной информации, распознавания речи и ее транскрибирования, генерации изображений, создания заставок и логотипов. Однако в телевизионной практике есть и более креативные примеры – создание виртуальных ведущих, или цифровых аватаров. Подобные эксперименты стали широко известны около трех лет назад, когда целый ряд телеканалов в качестве экспериментов представил в эфире ведущих, созданных ИИ. Явная оригинальность и непохожесть такого телеконтента привлекает внимание не только практикующих специалистов, но и ученых и исследователей, которые стремятся найти решение множества проблем, которые появились вслед за виртуальными ведущими: заменит ли цифровой аватар «живых» ведущих? Насколько этично создавать образ человека или он должен выглядеть иначе? Кто будет отвечать за ошибки или фейки от виртуальных ведущих?

Эти и многие другие вопросы не раз поднимались в научных трудах отечественных авторов. Так, о возможностях применения нейросетей в медиаиндустрии пишут Л.И. Глазова, А.Д. Лузгина, А. Пугачевский и др. [Глазова и др., 2024]. О вызовах, которые встают перед СМИ в эпоху ИИ, рассуждают Л. Мухаммедова, З. Этреков, А. Акмырадова [Мухаммедова и др., 2024], а также О.О. Сидоренко и Т.Л. Михайлова [Сидоренко, Михайлова, 2015]. Этическую кодификацию применения ИИ в российских медиа описывают М.М. Лукина, А.В. Замков, М.А. Крашенинникова и М.А. Кульчицкая [Лукина и др., 2022]. О внедрении цифровых технологий в практику производства телепрограмм говорит в своей статье П. Цай [Цай, 2020]. А.В. Шкаленко и Е.А. Фадеева, в свою очередь, осмысливают влияние ИИ на креативные индустрии [Шкаленко, Фадеева, 2022]. Несмотря на существующие научные исследования, по-прежнему крайне поверхностно рассмотрен вопрос о преимуществах и недостатках создания цифровых аватаров и замена ими профессиональных журналистов.

Цель исследования – определить специфику созданных искусственным интеллектом виртуальных телеведущих, или цифровых аватаров, имитирующих внешность, мимику, жесты, речь человека, выявить их положительные и отрицательные стороны, а также с помощью метода творческого эксперимента определить, насколько перспективной может быть замена человека цифровым аватаром для ведения телепрограмм.

Материалы и методы исследования

В основе данного исследования – метод эксперимента. В работе использовались три нейросети. Для написания текста был использован чат-бот GigaChat, изображение аватара создал чат-бот Kandinsky, анимацию сделала нейросеть D-ID. Первым этапом стало создание изображения, далее был написан текст, отдельно для каждого из пяти роликов. Последний этап – «оживление» изображения, создание мимики и жестикуляции при озвучивании текста.

Для оценивания качества работы нейросетей в рамках создания роликов были использованы следующие критерии: реалистичность сгенерированного образа; соответствие текстового результата промту; техника речи аватара; приближенность анимации к мимике человека; ошибки, допущенные аватаром.



Использование нейросетей на телевидении

Сегодня понятие «искусственный интеллект» стало настолько привычным, что результаты его деятельности начинают все чаще ассоциироваться с креативными продуктами человека. Нейросеть может видоизменять контент, адаптируя его для разных каналов коммуникации в соответствии с интересами аудитории [Шкаленко, Фадеева, 2022, с. 48]. Непрерывность и глобальный характер технологического прогресса ведут цивилизацию к технологической сингулярности – воображаемой точке в будущем, когда история станет непредсказуемой и начнется нечто принципиально новое. Предполагается, что этот момент ознаменуется созданием машины, которая превзойдет человека, а предыдущие модели и представления о жизни невозможно будет применять в реальности [Сидоренко, Михайлова, 2015, с. 623]. Однако пока искусственный интеллект только наращивает мощности, постепенно проникая во многие сферы жизни – рекомендательные системы, машинный перевод, социальные сети, системы распознавания лиц и речи. Но уже в настоящее время для сохранения конкурентоспособности журналисту необходимо обретать новые знания и навыки. Например, для того чтобы грамотно работать с искусственным интеллектом, важно научиться писать промты – запросы для нейросетей, поскольку ответ искусственного интеллекта напрямую зависит от поставленной задачи [Глазова и др., 2024, с. 50–51]. В промте следует использовать открытые вопросы, отражать максимальное количество деталей, уточнять формат технического задания. Благодаря нейросетям и грамотно написанным промтам можно качественно решить такие задачи, как копирайт, создание справки, видео-, аудиозаписи или презентации.

Технологический прогресс оказывает значительное влияние на структуру работы телевидения. Симбиоз ТВ- и онлайн-пространства свидетельствует о появлении единой глобальной цифровой среды, которая создает совершенно иные способы организации телередакций [Вартанова, 2011, с. 21]. Телевидение трансформируется в единый коммуникационный комплекс, основанный на применении мультисервисных сетей. Таким образом, основа изменений – технический аспект работы телевидения [Малыгина, 2018, с. 50].

В этом контексте искусственный интеллект помогает журналистам работать эффективнее и оперативнее, однако его быстроразвивающиеся технические возможности вызывают опасения по поводу полной замены работников медиасферы как в аналитической, так и в творческой составляющей их деятельности [Мухаммедова и др., 2024, с. 119–121]. Нейросети выполняют не только кадровую работу, но и используются для замены телевизионных ведущих. Использование такого продукта снимает необходимость разработки речевого аппарата, грима, а также не требует затрат времени на поиск, аналитику и написание материала. Один из таких примеров – Снежана Туманова, ведущая прогноза погоды на телеканале «Свое ТВ» Ставропольского края, которая в точности имитирует человека – внешний вид, голос, манеры и речь. Для генерирования Снежаны Тумановой журналисты используют сразу три нейросети: одна отвечает за создание образа ведущей, другая – текста, третья – графики¹. На Урале также используют аватары вместо ведущих прогноза погоды: телеканал ОТВ выпустил цифровых двойников журналистов. Для записи прогнозов погоды нейросети генерируют голос, изображение и текст. Журналисты перепроверяют за искусственным интеллектом найденную им информацию. Однако ошибки в тексте данная нейросеть уже может исправлять самостоятельно². Аватар, который может заменить человека в кадре, также был создан и в НВК «Саха». Цифровые телеведущие канала скопированы с сотрудников, что помогает

¹ Нейросеть создала ведущую прогноза погоды «Снежану Туманову» Видео. «Девушка» работает на ставропольском телеканале. 2023. РБК Life, 22 марта 2023. URL: <https://www.rbc.ru/life/news/641b04da9a794705a8502474> (дата обращения: 15.03.2025).

² Медведева О. 2024. На Урале искусственный интеллект стал ведущим телепередач. Российская газета, 11 июля 2024. URL: <https://rg.ru/2024/07/11/reg-urfo/na-ekrane-avatory.html> (дата обращения: 16.03.2025).

создать вызывающие доверие зрителей формат повествования, внешность, голос. Внедрение технологий искусственного интеллекта в Якутии позволяет компании транслировать новости на двух языках ¹. Приведенные примеры демонстрируют, что телеканалы системно занимаются изучением возможностей искусственного интеллекта, его внедрением в работу. Нейросети становятся подспорьем для журналиста на современном телевидении. Но при этом важно, чтобы СМИ оставались человекоцентричными, только при данном условии они будут иметь успех.

Создание цифрового аватара для факультета журналистики

При проведении творческого эксперимента по созданию цифрового аватара было создано пять роликов для абитуриентов о факультете журналистики Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ). Ведущим в роликах стал аватар «Федор Журфаков», сокращенно – ФЖ. Для генерирования аватара была использована нейросеть Kandinsky 3.1. На основе промта «Нарисуй студента факультета журналистики. С короткими коричневыми волосами. Он одет в серый классический костюм, белую рубашку и синий галстук. Изобрази его в полный рост» искусственный интеллект сгенерировал изображение в стиле «детальное фото», которая стала основой для создания видеороликов. Генерация аватара проходила в несколько этапов с изменением промта и подбором нужного визуального образа. Нейросеть создала изображение, которое отвечало запросу, но не изобразила человека в полный рост, не сгенерировала руки и ноги. Следует заметить, что именно в изображении этих частей тела при генерации зачастую бывают ошибки: избыток или недостаточность элементов, искаженная форма, обрезанные части тела и пр. Помимо этого, есть еще несколько аспектов, которые выдают искусственность изображения, – дефекты на одежде (полосы и дополнительные элементы на галстуке, платок в нагрудном кармане выглядели нечетко и нереалистично), слишком симметричное лицо аватара, размытый фон (рис. 1).



Рис. 1. Изображение нейросети Kandinsky
Fig. 1. Image generated by Kandinsky neural network

¹ В Якутии внедрили цифровых двойников телеведущих с искусственным интеллектом. 2024. Я-Дальний Восток, 13 ноября 2024. URL: <https://ya-dv.ru/v-yakutii-vnedrili-czifrovyyh-dvoynikov-televedushhih-s-iskusstvennym-intellektom/> (дата обращения: 14.04.2025).



После генерации основного изображения для роликов необходимо было определить тематику и разработать сценарии. Текст создавал GigaChat. Запросы для искусственного интеллекта получились достаточно полные и подробные, поскольку чат-бот нуждался в детализации – правильных названиях кафедр, дисциплин, профилей подготовки и пр. Всего с применением технологий искусственного интеллекта было создано пять видеороликов.

Для создания приветственного ролика «Визитка ФЖ» для чат-бота GigaChat был подготовлен следующий промт: «Тебя зовут Федор Журфаков. Напиши рассказ из 5–6 предложений о себе. Ты создан искусственным интеллектом, над твоим созданием работали три нейросети, отвечающие за аватар, текст, анимацию. В роликах ты будешь рассказывать будущим студентам о факультете журналистики РГГУ: о профилях обучения, дисциплинах, мероприятиях. В начале поприветствуй абитуриентов, в конце скажи: “До встречи на журфаке”. Обращайся на “ты”».

Нейросеть сгенерировала следующий текст: «Привет! Меня зовут Федор Журфаков, и я создан искусственным интеллектом. Мои внешность, движения и речь – это работа трёх нейросетей. В своих роликах я буду рассказывать тебе всё о факультете журналистики РГГУ: какие есть профили обучения, какие дисциплины преподают, какие мероприятия проходят. Мы вместе погрузимся в атмосферу студенческой жизни и поймём, почему журфак – это отличное начало твоей будущей карьеры. До встречи на журфаке!»

Чат-бот написал то количество предложений, которое было указано в запросе. Также он четко выполнил остальную часть технического задания: приветствие, прощание, формат общения, содержание. Помимо этого, он дополнил текст обращениями, предложениями с яркой эмоциональной окраской, не допустив при этом логических и грамматических ошибок. Для «оживления» изображения и озвучивания текста использовалась нейросеть D-ID. Для создания видео в нее необходимо было загрузить готовое изображение аватара и сценарий. В создании первого ролика «Визитка ФЖ» текст несколько корректировался. Например, нейросеть произносила фамилию с ударением на последний гласный и для корректной озвучки была внесена правка («Федор ЖурфАков»). После выделения буквы как заглавной искусственный интеллект стал верно произносить слово. Такая же проблема произошла со словом «погрУзимся», однако выделение гласной не помогло. Нейросеть все равно произносила слово с ударением в приставке. Аватар верно интонировал повествовательные предложения, предложения с однородными членами (перечисление), однако восклицательные предложения интонировались менее экспрессивно по сравнению с речью человека. Мимика аватара «Федора Журфакова» была примитивной, но приветливой. Артикуляция аватара соответствовала озвучиваемому тексту (рис. 2).

Следующей задачей аватара в кадре стал видеоролик «Рассказ абитуриентам о кафедрах от ФЖ». Для создания сценария был написан промт: «Тебя зовут Федор Журфаков. Напиши текст из 7–9 предложений о том, что на факультете журналистики РГГУ есть 4 кафедры: продюсирования и медиатехнологий; литературной критики; журналистики; медиаречи. Кратко расскажи о том, что факультет – уникальное образовательное учреждение, где традиции журналистского мастерства переплетаются с современными тенденциями медиаиндустрии. В начале поприветствуй абитуриентов, в конце скажи: “До встречи на журфаке”. Обращайся на “ты”».

Текст нейросети: «Привет, будущие коллеги! Меня зовут Фёдор Журфаков. Наш факультет журналистики РГГУ – особенное место, где традиции журналистского мастерства органично соединяются с современными трендами медиаиндустрии. Здесь действуют четыре кафедры: продюсирования и медиатехнологий, литературной критики, журналистики, медиаречи. Каждая кафедра готовит специалистов высокого уровня, обеспечивая глубокое погружение в выбранную сферу деятельности. Студенты получают знания и навыки, необходимые для успешного старта в профессиональной жизни. Присоединяйся к нам и становись частью нашей дружной команды. До встречи на журфаке!»

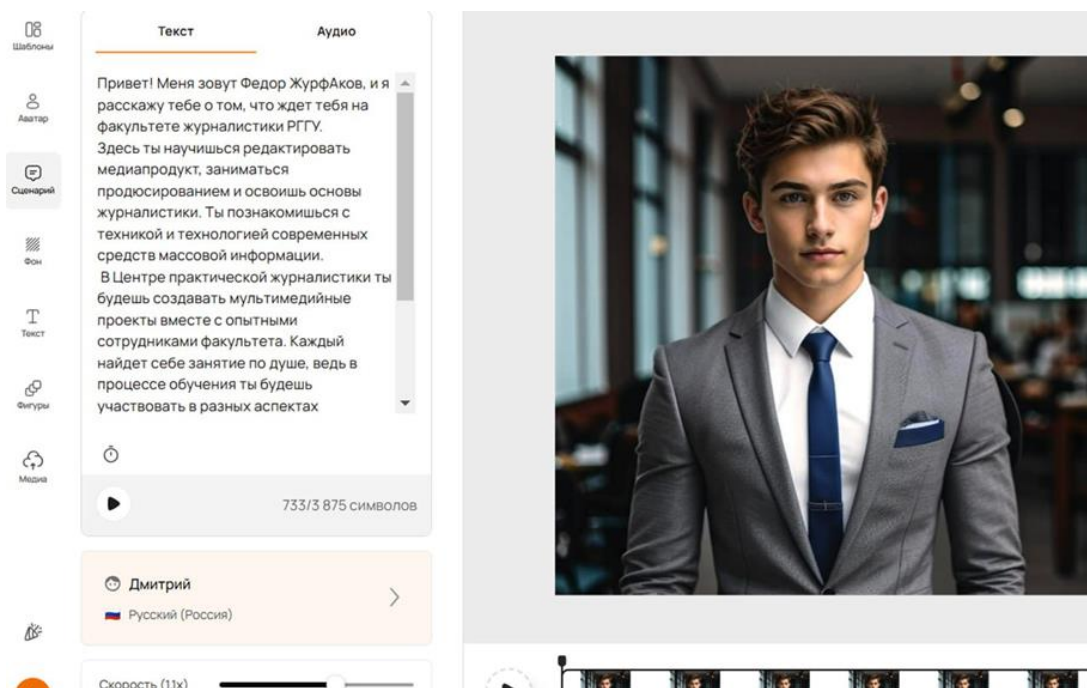


Рис. 2. Работа с нейросетью D-ID
Fig. 2. Working with the D-ID neural network

Нейросеть выполнила все задания из промта. Чат-бот применил собирательные местоимения, обращения, императивы, прилагательные с оценочной семантикой, которые формируют контекст высокого статуса факультета и его студентов. GigaChat верно перенес в свой текст все названия кафедр, дополнил их общим описанием, подходящим по стилистике и содержанию, не искажил факты.

Во время «оживления» аватара в данном видеоролике в сценарий была внесена только одна правка («Федор ЖурфАков»). Мимика нейроведущего соответствовала темпу речи и произносимым словам, однако была неактивной и повторяющейся, «Федор Журфак» верно передал интонацию конца предложения, перечисления, интонационные особенности речи перед прощанием. Хотя он предлагал абитуриентам присоединиться к команде, но произносимые им фразы не были наполнены смыслом и эмпатией.

Для третьего ролика «ФЖ рассказывает о мероприятиях факультета» был использован следующий промт: «Тебя зовут Федор Журфак. Напиши текст из 6–8 предложений о том, что на факультете журналистики РГГУ регулярно проходят разные мастер-классы, научные конференции, экскурсии для студентов в медиакомпани. Кратко расскажи о том, что студенты получают не только теоретические знания, но и практические навыки. В начале поприветствуй абитуриентов, в конце скажи: “До встречи на журфаке”. Обращайся на “ты”».

На основании промта GigaChat создал текст: «Привет, будущий студент! Меня зовут Фёдор Журфак, и я расскажу тебе о факультете журналистики РГГУ. Здесь регулярно проходят разнообразные мероприятия: мастер-классы от опытных журналистов, научные конференции и экскурсии в медиакомпани. Такие активности помогают развивать профессиональные компетенции и знакомиться с реальной работой медиаиндустрии. Благодаря этому подходу студенты получают не только крепкую теоретическую базу, но и важные практические навыки, необходимые для успешной карьеры. Здесь ты найдешь вдохновение и поддержку для реализации своих талантов. До встречи на журфаке!»

Сгенерированный текст соответствует запросу по смысловому наполнению, количеству предложений и содержащимся элементам. GigaChat дополнил промт



номинациями, привлекающими внимание абитуриентов: «опытных журналистов», «профессиональные компетенции», «поддержка талантов», «реальная работа», «успешная карьера» и пр. Также нейросетью использовались в тексте обращение и восклицательные предложения, что сделало его более живым. Грубых логических или грамматических ошибок GigaChat не допустил.

Готовый сценарий и аватар были загружены в нейросеть D-ID, которая озвучила текст и анимировала Федора Журфакова. Его мимика в кадре по темпоритму соответствует процессу произношения. Аватар произносит текст без ошибок, однако для этого было скорректировано два слова из текста: «найДёшь», «ЖурфАков». Готовый видеоролик получился достаточно живым и приближенным к реальному, однако при определенном повороте головы Федора Журфакова изображение деформируется и становится понятно, что в кадре не человек, а сгенерированное изображение.

Видеоролик «Дисциплины, которые изучают студенты журфака РГГУ» стал четвертой презентацией нейроведущего на основе следующего промта: «Тебя зовут Федор Журфаков. Напиши текст из 7–9 предложений о том, что на факультете журналистики РГГУ студенты изучают основы журналистики, редактирования медиапродукта, продюсирования, технику и технологию СМИ. В Центре практической журналистики обучающиеся с сотрудниками работают над мультимедийными проектами, участвуют в разнообразных аспектах журналистской работы: от написания новостных заметок до производства полномасштабных телевизионных программ. В начале поприветствуй абитуриентов, в конце скажи: “До встречи на журфаке”. Обращайся на “ты”».

Основываясь на этом, GigaChat создал текст: «Привет! Меня зовут Федор Журфаков, и я расскажу тебе о том, что ждет тебя на факультете журналистики РГГУ. Здесь ты научишься редактировать медиапродукт, заниматься продюсированием и освоишь основы журналистики. Ты познакомишься с техникой и технологией современных средств массовой информации. В Центре практической журналистики ты будешь создавать мультимедийные проекты вместе с опытными сотрудниками факультета. Каждый найдет себе занятие по душе, ведь в процессе обучения ты будешь участвовать в разных аспектах журналистской работы: от написания новостных заметок до выпуска телевизионных программ. Так что, если хочешь стать частью большой команды единомышленников, приглашаю тебя присоединиться к нам. До встречи на журфаке!»

Текстовый результат, полученный от нейросети, соответствует промту. Помимо обязательных элементов, GigaChat сделал дополнения в виде обращений и обобщений. Нейросеть соотнесла названия дисциплин с их непосредственным содержанием, не искажив факты. Текст получился содержательно наполненным и привлекающим внимание (рис. 3).

Анимированный Федор Журфаков не допустил ошибок при произношении текста в кадре. Для этого в сценарий было добавлено его верное ударение в фамилии («ЖурфАков»). Для того, чтобы он не «проглатывал» часть слогов в слове «едИномЫшленников», было сделано дополнение в виде двух заглавных букв. Часть предложений из сценария – сложные, они не нарушают логику, однако несколько утяжеляют озвученный текст. Федор Журфаков верно интонировал перечисления, восклицательные предложения. Его мимику нельзя охарактеризовать как теплую и располагающую, однако она соответствует темпоритму и не мешает восприятию контента.

Для пятого видеоролика «ФЖ рассказывает о новых направлениях подготовки» был создан промт: «Тебя зовут Федор Журфаков. Напиши текст из 7–8 предложений о том, что на факультете журналистики РГГУ есть несколько профилей обучения. Бакалавры сейчас учатся на таких направлениях, как “Современные визуальные медиа” и “Мультимедийная журналистика и современные медиатехнологии”. В новом учебном году появится профиль “Спортивная журналистика и медиакommunikation”. Расскажи также о том, что появится новый профиль обучения специалитета “Продюсер мультимедиа”. В начале поприветствуй абитуриентов, в конце скажи: “До встречи на журфаке”. Обращайся на “ты”».



Рис. 3. Ролик «Дисциплины, которые изучают студенты журфака РГГУ»
Fig. 3. Video clip "Subjects studied by Journalism students at the Russian State University for the Humanities"

Нейросеть, основываясь на промте, создала следующий текст для ролика: «Привет! Меня зовут Федор Журфаков, и я хочу рассказать тебе о направлениях, которые реализовываются на факультете журналистики РГГУ. Здесь ты сможешь выбрать один из нескольких профилей обучения. Сейчас бакалавры осваивают такие направления, как “Современные визуальные медиа” и “Мультимедийная журналистика и современные медиатехнологии”. В следующем учебном году появится новый профиль – “Спортивная журналистика и медиакommunikации”, где ты сможешь специализироваться именно в спортивной тематике. А ещё для тех, кто хочет углубленно изучать профессию, откроется новый профиль специалитета – “Продюсер мультимедиа”. Это уникальная возможность получить знания и навыки, необходимые для успешной карьеры в сфере мультимедийных проектов. Если ты мечтаешь связать свою жизнь с журналистикой, то мы ждем тебя на нашем факультете. До встречи на журфаке!»

Количество предложений соответствует промту, однако они получились довольно сложными и длинными. Нейросеть верно отразила все названия направлений обучения на факультете журналистики РГГУ, дополнила новые специальности кратким описанием с их отличиями и особенностями. GigaChat также наполнил текст обращениями. Он прописал миссию, возможности, которые есть у абитуриентов.

В этот сценарий была внесена только одна правка («ЖурфАков»). Нейроведущий не допустил ошибок при озвучивании, не проглатывал слова, активно и правильно интонировал. В этом ролике из-за длинных предложений Федор Журфаков очень активно артикулирует, практически не закрывая рот. Однако такая слишком активная нижняя часть лица контрастирует с неподвижной верхней частью (лоб и брови), вызывая диссонанс и акцентируя внимание на том, что аватар создан при помощи цифровых технологий.

Сгенерированный образ, использованный в видеороликах, гармонично вписался в информацию для абитуриентов о факультете журналистики РГГУ. При его анимации мимика выглядела довольно естественно, а дефекты костюма стали почти незаметными.



Тексты, созданные GigaChat, соответствовали стилистике видео. Для того чтобы сценарии для роликов коррелировали с поставленными задачами, были созданы похожие промты с четкими критериями и структурой, но при доработке до финальной версии они несколько раз дополнялись и видоизменялись. Тексты нейросети получились схожими по стилистике. Это обусловлено тем, что для нейросети, работающей на основе алгоритмов, были написаны подробные задания. Креативный подход GigaChat можно отметить в том, что в двух роликах были использованы необычные обращения к абитуриентам в качестве приветствия («Привет, будущий студент!»; «Привет, будущие коллеги!»). Нейросеть грамотно дополнила все промты, расширила их до нужного количества предложений и корректно структурировала.

В озвучивании текстов Федором Журфаковым отмечены некоторые недостатки в области интонирования, орфоэпии, а также неравномерность темпа речи, нечеткое произношение аббревиатуры-названия вуза. Но это не помешало просмотру видео и восприятию информации. То, что продукт, созданный нейросетью, не допускает большого количества ошибок и действительно близок к образу человека, свидетельствует о высоком потенциале технологий искусственного интеллекта для решения медийных задач информационного характера.

Все пять видеороликов дорабатывались: на этапе монтажа вырезался силуэт и добавлялся фон, соответствующий стилистике факультета журналистики РГГУ. К роликам «ФЖ рассказывает о мероприятиях факультета» и «ФЖ рассказывает о дисциплинах, которые изучают студенты журфака РГГУ» были добавлены кадры заставок видеоробот, которые создают студенты, мастер-классов, экскурсий и конференций. Эти дополнительные элементы помогли сделать видео более динамичными. Динамику роликов также поддерживает небольшой хронометраж (32–53 сек.). Все ролики были дополнены маркировкой AI в нижнем левом углу, указывающей на применение технологий ИИ.

Оценка первокурсниками ИИ-роликов с Федором Журфаковым

На финальном этапе творческого эксперимента был проведен опрос среди первокурсников бакалавриата и магистратуры факультета журналистики РГГУ, которые, будучи абитуриентами, смогли посмотреть ролики в рамках приемной кампании 2025 года. Количество участников опроса – 152 человека, форма обучения – очная. Время проведения – сентябрь 2025 г.

В первом вопросе студентам предлагалось оценить все ролики в совокупности по шкале от 1 до 5 баллов. В результате большинство оценило их на «4» (54,2 %), еще 24,9 % поставили «5», оставшиеся 20,9 % – «3», на меньшие баллы не оценил никто. Далее на основе закрытого вопроса респондентам предложили выбрать варианты своей реакции на просмотренные видеоролики: 43,7 % указали, что им это показалось новым, оригинальным и необычным, поэтому понравилось; 25 % отметили, что, если бы это было более профессионально, то они бы поставили высшую оценку; 11,8 % указали, что пока таким образом не хватает естественности, и было интереснее просматривать ролики, в которых участвовали студенты и преподаватели; 8 % не смотрели ролик во время приемной кампании и не обращали внимания на контент факультета в социальных сетях.

Остальные ответы носили единичный характер, интерес представляют следующие: *«Первый ролик показался прикольным, второй я посмотрела уже без восторга, третий и далее не стала смотреть. Они выглядят однотипными, надо было придумать разные локации или разный формат подачи»; «Я посмотрел с интересом, но ролики были короткими и неинформативными, тяжело было воспринимать из-за неестественной интонации»; «Мне понравилось, кажется, что в будущем это будет везде, так что радует, что университет не отстает от трендов, планирую тоже сделать такие ролики».*

Опрашиваемых также попросили выделить наиболее понравившийся из пяти созданных видеороликов. В результате большинство (79,2 %) отметило, что им

понравились все; еще 9,4 % указали, что самым интересным был первый, остальные имели меньшую привлекательность; 3,5 % выбрали вариант с описанием кафедр, потому что это была полезная информация о факультете.

Еще один вопрос касался внешнего вида цифрового аватара (Федора Журфакова). Здесь мнение было практически единым: 92,4 % положительно отзывались о выбранном образе, отметив приятные и гармоничные черты лица, солидность (благодаря костюму и очкам) и благозвучный тембр голоса. Оставшиеся участники опроса в качестве недостатков назвали проблемы с мимикой и интонированием, а также отсутствие динамичности в кадре (2,6 % указали, что хотели бы видеть более активную жестикуляцию).

На просьбу оценить содержательность и полезность видеороликов первокурсники ответили по-разному: 37,1 % указали, что в целом ролики содержали общую, уже известную информацию, поэтому чего-то нового они не услышали; 29 % отметили, что информация в некоторых роликах была полезна, поскольку позже они смогли посмотреть подробности на сайте факультета; 11,4 % посчитали, что в таких продуктах вряд ли можно узнать что-то принципиально новое, они расценили это как рекламу факультета и в принципе не рассчитывали на получение новой информации; еще 10,1 % отметили, что ролики могли бы быть более полезными, если бы содержали информацию о правилах поступления и датах сдачи экзаменов, потому что в тот период названия кафедр или каких-то интересных дисциплин были не так важны.

В качестве ответа на последний вопрос – о том, повлияли или могут потенциально повлиять в будущем такие ролики на решение абитуриента о выборе вуза – подавляющее большинство (83,7 %) придерживаются мнения, что однозначно нет, поскольку это *«сейчас воспринимается как развлечение, этому невозможно верить, никто не будет запоминать и слушать в качестве авторитета цифрового аватара»*. При этом 9,3 % более оптимистичны и считают, что в будущем, когда *«аватары станут максимально похожи на человека, они могут заменить реальных сотрудников вуза и стать тем источником информации, который будут слушать и ему доверять»*. Оставшиеся ответы носили единичный характер, в них мнения были противоположными и относились, скорее, к личной позиции респондента: *«Никогда не смогу доверять ИИ в таких важных делах, как выбор вуза, даже если он будет очень похож на человека»*; *«В будущем, конечно, все возможно, но не хотелось бы лишаться контакта с реальными представителями университета и доверять только виртуальным людям»*; *«А почему нет? Если будет все четко и по делу, и кто-то будет контролировать процесс, то какая разница?»*.

Подводя итог, отметим ряд интересных наблюдений. Во-первых, первокурсники в большинстве своем положительно относятся к экспериментам с виртуальными образами и в принципе к использованию технологий ИИ. Они привлекают их своей новизной, оригинальностью и актуальностью. Во-вторых, респонденты воспринимают такие проекты в качестве развлечения и не видят в цифровых аватарах потенциального лектора, представителя вуза или источник какой-то уникальной и ценной информации. В-третьих, образ цифрового аватара – привлекательного молодого человека в одежде официально-делового стиля – однозначно был оценен положительно, но при этом отсутствие ярких эмоций или какой-либо интонационной выразительности его речи существенно снизило это первое позитивное впечатление. В-четвертых, опрошенные не готовы видеть в ближайшем будущем виртуальные образы в качестве участников приемной кампании университета или главного источника сведений о вузе, отдавая однозначное предпочтение реальным представителям учебного заведения.

Заключение

Средства массовой информации в XXI веке активно интегрируют технологии искусственного интеллекта в свою работу. Кооперация человека и нейросетей способствует развитию технологической базы телевидения. Телевизионные журналисты создают форматы, которые будут интересны для цифровой молодежи – будущей целевой аудитории.



В настоящее время нейросети лишь имитируют работу журналистов. Продукт искусственного интеллекта в кадре привлекает зрителей своей новизной и неизведанным потенциалом. Разноплановость СМИ позволяет работникам экспериментировать с разными возможностями нейросетей. Однако искусственный интеллект на современном телевидении для создания виртуальных ведущих используется нечасто. Формат с участием человека по-прежнему остается более востребованным и привычным.

По итогам творческого эксперимента по созданию цифрового аватара для абитуриентов факультета журналистики был проведен опрос. Результаты показали, что такой контент может быть привлекательным и вызывает любопытство, но только в качестве дополнительного развлекательного материала. Серьезную и важную информацию аудитория однозначно предпочитает получать из уст людей.

Несмотря на поступательный подход и аккуратное внедрение технологий искусственного интеллекта в традиционный контент, технологической сингулярности, по прогнозам ученых, не избежать. Нейросети постоянно обучаются, обретают новые способы работы с информацией как в аспекте интерпретации различных данных, так и многообразия выполняемых журналистских функций. В профессиональной сфере массмедиа необходимо сохранять контроль над стремительным развитием технологий и осторожно экспериментировать с искусственным интеллектом, опираясь и на разрабатываемые опросники, «чек-листы», выявляющие отношение аудитории или заинтересованных групп пользователей к результатам использования цифровых аватаров в массмедийных практиках.

Список литературы

- Арсентьева А.Д., Морозова А.А. 2021. Классификация основных направлений использования искусственного интеллекта в современной медиасреде. *Медиасреда*, 1: 76–81. DOI: 10.47475/2070-0717-2021-10113
- Вартанова Е.Л. 2011. Цифровое телевидение и трансформация медиасистем. О необходимости междисциплинарных подходов к изучению современного ТВ. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 4: 6–26.
- Глазова Л.И., Лузгина А.Д., Пугачевский А., Кочетова А.Н., Фейзуллов Д., Чиж А.В., Виноградов М.Ю. 2024. Искусственный интеллект как эффективный инструмент коммуникаций. *Российская школа связей с общественностью*, 33: 48–65. DOI: 10.24412/2949-2513-2023-33-48-65
- Лукина М.М., Замков А.В., Крашенинникова М.А., Кульчицкая Д.Ю. 2022. Искусственный интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации. *Вопросы теории и практики журналистики*, 11(4): 680–694. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(4).680-694
- Малыгина Л.Е. 2018. Чат-боты и искусственный интеллект: перспективы развития телевизионного промодискурса. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики* *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*, 4(32): 47–54. DOI: 10.29025/2079-6021-2018-4(32)-47-54
- Мухаммедова Л., Этреков З., Акмырадова А. 2024. Журналистика и искусственный интеллект: возможности и вызовы. *Ceteris Paribus*, 10: 119–121.
- Ростовцев В.С. 2019. Искусственные нейронные сети. Санкт-Петербург, Лань, 213 с.
- Сидоренко О.О., Михайлова Т.Л. 2015. Технологическая сингулярность как неминуемое событие: позитивная и негативная стороны вопроса. *Международный студенческий научный вестник*, 4–4: 622–628. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=13671> (дата обращения: 18.11.2025).
- Цай П. 2020. Трансформация российского производства телепрограмм в эпоху искусственного интеллекта. *Современные инновации*, 2(36): 49–51.
- Шкаленко А.В., Фадеева Е.А. 2022. Влияние искусственного интеллекта на креативные индустрии: тенденции и перспективы. *Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика*, 24(3): 44–59. DOI: 10.15688/ek.jvolsu.2022.3.4

References

- Arsent'eva A.D., Morozova A.A. 2021. Klassifikatsiya osnovnykh napravlenii ispol'zovaniya iskusstvennogo intellekta v sovremennoi mediasrede [Classification of the Main Areas of Use of Artificial Intelligence in the Modern Media Environment]. *Mediasreda*, 1: 76–81. DOI: 10.47475/2070-0717-2021-10113
- Vartanova E.L. 2011. Digital Television and Media Systems' Transformation. On the Necessity of Inter-Disciplinary Approaches to Modern TV Studies. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 4: 6–26.
- Glazova L., Luzgina A., Pugachevsky A., Kochetova A., Feyzullov D., Chizh A., Vinogradov M. 2024. Artificial Intelligence as an Effective Communication Tool. *Rossiiskaya shkola svyazei s obshchestvennost'yu*, 33: 48–65. DOI: 10.24412/2949-2513-2023-33-48-65
- Lukina M.M., Andrey V.Z., Krashenninnikova M.A., Kulchitskaya D.Yu. 2022. Artificial Intelligence in the Russian Media and Journalism: The Issue of Ethics. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 11(4): 680–694 (in Russian). DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(4).680-694
- Malygina L.E. 2018. hatbots and artificial intelligence: future considerations of television promo discourse. *Current issues in philology and pedagogical linguistics*, 4(32): 47–54 (in Russia). DOI: 10.29025/2079-6021-2018-4(32)-47-54
- Mukhammedova L., Etrekov Z., Akmyradova A. 2024. Zhurnalistika i iskusstvennyi intellekt: vozmozhnosti i vyzovy [Journalism and artificial intelligence: opportunities and challenges]. *Ceteris Paribus*, 10: 119–121.
- Rostovtsev V.S. 2019. Iskusstvennye neironnye seti [Artificial Neural Networks]. St. Petersburg, Publ. Lan', 213 p.
- Sidorenko O.O., Mikhailova T.L. 2015. Tekhnologicheskaya singulyarnost' kak neminuemoe sobytie: pozitivnaya i negativnaya storony voprosa [Technological singularity as an inevitable event: positive and negative sides of the issue]. *International Student Research Bulletin*, 4–4: 622–628. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=13671> (accessed: November 18, 2025).
- Tsai P. 2020. Transformatsiya rossiiskogo proizvodstva teleprogramm v epokhu iskusstvennogo intellekta [Transformation of Russian TV Production in the Era of Artificial Intelligence]. *Sovremennye innovatsii*, 2(36): 49–51.
- Shkalenko A.V., Fadeeva E.A. 2022. Impact of Artificial Intelligence on Creative Industries: Trends and Prospects. *Science Journal of Volgograd State University. Global Economic Sistem*, 24(3): 44–59 (in Russia). DOI: 10.15688/ek.jvolsu.2022.3.4

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 8.08.2025

Поступила после рецензирования 4.11.2025

Принята к публикации 10.12.2025

Received August 8, 2025

Revised November 4, 2025

Accepted December 10, 2025

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Неренц Дарья Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва, Россия.

Дякина Ангелина Александровна, студент кафедры журналистики, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Daria V. Nerents, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Journalism, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia.

Angelina A. Dyakina, student of the Department of Journalism, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia.