

Научная статья

УДК 070

DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-6-32-43

Прагматика искусственного интеллекта: медиафрилансеры меняют подход к рерайту

Ольга Сергеевна Мухина¹
Владимир Фёдорович Олешко²

^{1,2} Уральский федеральный университет
имени Первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург, Россия

¹ olga.mukhina@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8791-6086>

² vladimir.oleshko@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3001-7391>

Аннотация

Процесс цифровизации меняет стратегии медиакommunikаций и журналистики. В конце 2022 г. медиасфера столкнулась с новым вызовом – развитием и популяризацией искусственного интеллекта. В настоящей статье авторы решили сравнить использование нейросетей для генерации текстов штатными журналистами и медиафрилансерами, предположив, что последние активнее и быстрее начинают внедрять новые технологии для трансформации рутинных процессов, в частности рерайта. Для проверки гипотезы было проведено несколько опросов, экспертных интервью, а также проанализирован сайт вакансий. Гипотеза подтвердилась: внештатные авторы значительно чаще своих штатных коллег используют искусственный интеллект, а работодатели / заказчики чаще ожидают таких навыков от удаленных сотрудников, чем от офисных. Авторы предполагают, что данный процесс постепенно охватит большинство представителей медиасферы.

Ключевые слова

медиафриланс, журналист-фрилансер, внештатный журналист, фриланс, искусственный интеллект, нейросеть, рерайт

Для цитирования

Мухина О. С., Олешко В. Ф. Прагматика искусственного интеллекта: медиафрилансеры меняют подход к рерайту // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2025. Т. 24, № 6: Журналистика. С. 32–43. DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-6-32-43

Pragmatics of Artificial Intelligence: Freelance Journalists Reshape the Approach to Rewriting

Olga S. Mukhina¹, Vladimir F. Oleshko²

^{1,2} Ural Federal University
Yekaterinburg, Russian Federation

¹ olga.mukhina@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8791-6086>

² vladimir.oleshko@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3001-7391>

Abstract

The digitization process is transforming communication strategies in media and journalism. Freelancing has gained increasing popularity, particularly after the COVID-19 pandemic. In late 2022, the media sphere faced a new challenge – the rapid development and popularization of artificial intelligence. The article examines the use of neural net-

© Мухина О. С., Олешко В. Ф., 2025

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2025. Т. 24, № 6: Журналистика. С. 32–43

Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2025, vol. 24, no. 6: Journalism, pp. 32–43

works for text generation by both staff journalists and freelancers, proposing the hypothesis that freelancers are more proactive and quicker to adopt new technologies for streamlining routine tasks, especially in the area of rewriting. To test the hypothesis, the authors conducted multiple surveys, expert interviews, and an analysis of job postings. The findings support the hypothesis: freelance journalists are significantly more likely than their staff counterparts to leverage artificial intelligence. Moreover, employers/clients are increasingly inclined to expect these skills from remote workers rather than those based in offices. The authors suggest that this trend reflects a growing propensity to delegate routine tasks to artificial intelligence, a shift that is likely to encompass most media professionals over time.

Keywords

media freelance, freelance journalist, freelance journalism, freelance, artificial intelligence, neural network, rewriting

For citation

Mukhina O. S., Oleshko V. F. Pragmatics of Artificial Intelligence: Freelance Journalists Reshape the Approach to Rewriting. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2025, vol. 24, no. 6: Journalism, pp. 32–43. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-6-32-43

Введение

Актуальные масштабные процессы, трансформирующие медиасреду, кардинально изменили стратегии и тактики медиакоммуникаций и журналистики [Вартанова, 2022], а также виды и формы творческой деятельности журналистов в условиях конкуренции с непрофессионалами – блогерами, инфлюенсерами, гражданскими журналистами и др. [Макеенко, Вырковский, 2021]. В частности, с развитием цифровых технологий, особенно после коронавирусной пандемии, всё более популярным способом заработка и даже образом жизни становится медиафриланс [Norbäck, 2022; Josephi, O'Donnell, 2022]. При этом журналистика является одним из видов деятельности, по многим причинам идеально подходящих для фриланса. Журналисты всё чаще переходят на онлайн-платформы, а редакции всё больше полагаются на фрилансеров [Hayes, 2021; Nagar et al., 2021].

Говоря о терминологии, сразу отметим, что используем понятия «медиафрилансер» и «внештатный журналист» как синонимы. Сам термин «фрилансер» (англ. «freelancer» – «вольнонаемный воин» или «вольный копьеносец») обычно приписывают Вальтеру Скотту, который в романе «Айвенго» назвал так средневековых рыцарей, которые переезжали из одного города в другой, предлагали на время свои услуги и не служили постоянно какому-либо феодалу или королю. Однако термин «фрилансер» не определен ни на законодательном уровне, ни в словарях. Российское законодательство регулирует смежные правоотношения «дистанционная (удаленная) работа» и «самозанятость», однако они не равны фрилансу: первый термин относится только к трудовым отношениям (а фрилансер может оформить не только трудовой договор), второй представляет собой конкретный налоговый режим (который фрилансер тоже может не выбрать). Нет единого мнения о содержании данного термина и среди исследователей. Более того, теоретические работы наполнены и другими смежными терминами, которые также надо отличать от фриланса: «телеработа», «прекариат», «предприниматель» и пр.

В рамках настоящего исследования мы подразумеваем под медиафрилансером специалиста, который создает контент для медиа и при этом не зависит от одного средства массовой информации, работая внештатно и / или вне офиса. Разумеется, эта работа состоит не только в том, чтобы генерировать контент при помощи искусственного интеллекта (ИИ), иначе выводы настоящего исследования были бы слишком предсказуемы. Медиафрилансеры занимаются обычной журналистской деятельностью, просто внештатно и / или вне офиса, что накладывает определенный отпечаток, ведь есть виды журналистской работы, которые легко представить на фрилансе (журналистские расследования, документальные фильмы, репортаж, копирайт, аналитические статьи), и те, которые обычно выполняют офисные сотрудники.

Рейтингом в журналистике называют «создание новостных сообщений методом заимствования информации и контента из интернет-источников» [Лашук, 2013] или, говоря проще, «переписывание текста статьи-оригинала с сохранением его содержания» [Фещук, 2021]. Рейтин стал постоянным видом деятельности в СМИ, а некоторые издания специализируются

исключительно на рерайтинге. Как верно отмечают исследователи, рерайт, с одной стороны, позволяет журналистам существовать в условиях интернета, когда материалы должны публиковаться круглосуточно и как можно быстрее, а с другой – позволяет избежать плагиата [Фещук, 2021]. Ведь с юридической точки зрения рерайт квалифицируется как производное произведение, является объектом авторского права и защищается точно так же, как оригинальное произведение, в отличие от плагиата, который является не просто нарушением профессиональной этики, а уголовным преступлением, квалифицируемым по ст. 146 Уголовного кодекса РФ [Плешакова, 2024].

Тем не менее, рерайт является достаточно примитивной задачей, и внедрение ИИ в сферу журналистики определенно стоит ожидать со стороны простых видов деятельности. О таких возможностях говорят уже и другие исследователи, отмечая, правда, что на данный момент журналист должен быть внимателен к деталям и тщательно прописывать промпты [Тюрина, 2024].

Появление ИИ стало новым и актуальным вызовом для современных медиафрилансеров. Он вошел в реальность большинства индивидов в конце 2022 г. и с тех пор стремительно меняет ландшафт современной журналистики. Исследователи медиасферы рассуждают о позитивных и негативных эффектах новых технологий [Шестерина, 2022], об использовании ИИ в рекламе [Голубева, 2023], для управления медиа [Томашевский, 2023] и для генерации изображений [Зиминая, 2023], о проблемах медиаобразования в ракурсе популяризации ИИ [Бондаренко, 2023], пытаются выявить маркеры использования ИИ в текстах [Горина, Уфимцева, 2024; Шабалин, 2023] и понять, угроза это медиасфере или ценный партнер [Лесина, 2023]. Авторы из Московского государственного университета отмечали, что многие ведущие медиакорпорации в России и за рубежом уже активно внедряют ИИ в свою деятельность [Давыдов и др., 2023].

Необычную статью опубликовал J. V. Pavlik: в качестве непосредственной демонстрации возможностей искусственного интеллекта в сфере медиа и медиаобразования он написал статью в соавторстве с ChatGPT, указывая, где текст, написанный человеком, а где текст от нейросети [Pavlik, 2023].

Стоит согласиться с исследователями, отмечающими, что «нейросеть» стала ключевым словом текущего момента [Плотникова, 2023]. Разумеется, в действительности тема ИИ заинтересовала не всех (что подтверждает и наше исследование), однако сложно спорить с тем, что нейросети проникли во многие области нашей жизнедеятельности, став при этом триггером для трансформаций, которые сложно было представить еще два года назад. Эти процессы, несомненно, требуют научного осмысления и дискуссии и вызывают повышенный интерес.

Говоря о влиянии ИИ на работу журналистов, добавим, что фрилансеры благодаря своей мобильности и гибкости часто первыми начинают внедрять новые технологии. Нейросети позволяют им быстрее выполнять заказы, расширять спектр услуг и успешно конкурировать даже с крупными изданиями.

В качестве гипотезы авторы данной статьи использовали идею, что на данный момент медиафрилансеры, вероятно, чаще штатных коллег пользуются ИИ. Основываясь на наших предыдущих исследованиях медиафриланса, мы выдвинули ряд предположений:

- фрилансеры чаще создают тексты при помощи рерайта – и этот вид деятельности, по факту, уже заменен искусственным интеллектом;
- фрилансеру выгоднее ускорять выполнение работы: ему платят за результат, а не за процесс; а ИИ как раз должен взять на себя рутинные обязанности и позволить ускориться;
- фрилансер лишен обязанности многоэтапных утверждений любых новинок и может сразу внедрять их в работу;
- штатный журналист зависит от политики и формата своего издания, а внештатный может предложить свои услуги любому СМИ – например, тому, которое допускает использование ИИ.

Методика исследования

В рамках исследования мы провели несколько опросов на разных площадках. Вопросы были сформулированы по-разному, что связано со спецификой жанра и особенностями площадки (было ли это интервью для публикации в СМИ или опрос в социальной сети, или пост в формате «Подслушано», или соцопрос в качестве исследования с адресным общением с респондентом). Однако во всех ситуациях был понятен ответ респондента на вопрос о замене ручного рерайта на работу с нейросетями. При подсчете результатов мы суммировали данные из всех источников.

1. Мы инициировали опрос в группе социальной сети ВКонтакте «Подслушано Копирайтинг» (https://vk.com/pod_copy). Тут надо оговориться, что границы журналистики сегодня размываются, включая в себя всё больше разных профессий и трансформируя самоидентификацию журналистов. Многие из них чаще называют себя копирайтерами, нежели журналистами, хотя занимаются созданием контента для медиа. Популярны и другие самоназвания профессии: рерайтер, контент-мейкер, сторис-мейкер, контент-менеджер и пр. Таким образом, в данной группе общаются медиафрилансеры, мнения которых мы и планировали изучить. Вопрос опубликован 10.04.2024 (https://vk.com/wall-123495637_804397) и проверен 11.05.2024.

Вопрос был сформулирован следующим образом: «Вы сейчас занимаетесь рерайтом?» Ответы предусматривали следующие варианты: «Раньше работа по рерайту у меня была, сейчас заменена на работу с ИИ», «Работа по рерайту у меня была и раньше, и сейчас в тех же примерно объемах есть», «Работы по рерайту у меня раньше было больше, сейчас её меньше, но есть», «Я рерайтом не занимаюсь: ни раньше, ни сейчас». Опрос также предусматривал возможность оставить свой вариант в комментарии.

2. Мы также опубликовали полузакрытый вопрос в пабликах «Медиа Фриланс» 09.05.2024 (ВКонтакте: https://vk.com/wall-224681935_852, Telegram: <https://t.me/mediafreelance/179>). Это проект авторов настоящей статьи, и он создан для медиафрилансеров. Результаты проверены 11.05.2024.

Вопрос был сформулирован следующим образом: «А вы заменили какие-то задачи на работу с ИИ? (То, что раньше вы делали регулярно, а сейчас делаете в нейросети.)» Мы предложили несколько вариантов ответа, поскольку опрос был частью более глобального исследования, но один из вариантов касался рерайта («Раньше приходилось делать рерайт. Сейчас он заменён на ИИ (полностью или чаще всего)»).

3. В мае 2024 г. мы взяли 5 экспертных интервью у медиафрилансеров на тему использования искусственного интеллекта (они опубликованы в пабликах «Медиа Фриланс» 5, 7, 9, 11 и 13 мая).

Непосредственно в текст интервью чаще всего попадал вопрос общего характера: «Какие виды деятельности вы заменили на работу с ИИ?», но в процессе диалога с интервьюируемыми мы его всегда конкретизировали, упоминая в том числе рерайт, поэтому в каждом интервью в ответе на данный вопрос есть информация именно о замене рерайта на ИИ.

4. В апреле 2024 г. мы провели опрос штатных и внештатных журналистов с привлечением студентов-бакалавров департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета. Среди вопросов были следующие: «Использовали ли Вы в работе рерайт? Если да, то заменили ли эту форму работы на работу с ИИ? (Полностью заменили или частично? В каких пропорциях примерно используете рерайт и ИИ?) Какие нейросети используете?» При проведении опроса уточнялся статус журналиста (штатный или внештатный), а также место работы и должность.

Таким образом, вопросы были сформулированы по-разному, что является следствием формата (опрос в соцсети, интервью для СМИ, лично проведенный опрос), однако во всех случаях был понятен ответ на вопрос, использовался ли респондентом рерайт и заменена ли

данная деятельность на работу с ИИ. Общая выборка – 263 респондента (101 штатный журналист и 162 медиафрилансера).

Мы сравнивали мнения штатных журналистов и медиафрилансеров, однако подчеркнем, что целью исследования было изучение деятельности именно медиафрилансеров. Мнения штатных журналистов мы изучали скорее как взгляд представителей контрольной группы, для сравнения данных. В числе конкретных задач исследования – выявление процентного соотношения внештатных и штатных журналистов, эффективно использующих возможности ИИ при осуществлении повседневной деятельности.

Несомненно, исследование следует считать пилотным, разведывательным и отражающим, скорее, аргументы и мнения, нежели точные цифры, поскольку репрезентативной обычно считается выборка не менее тысячи респондентов. Кроме того, если ставить целью получение точных цифр (что, конечно, было бы интересной и амбициозной задачей для будущих исследований), то стоило бы разделить респондентов на группы – по региону, типу СМИ (ТВ, радио, печатные издания, сетевые издания), а также специализации и должности (выделив, например, редакторов, корректоров, монтажеров и пр.). Добавим, что мы изучали журналистов, находящихся преимущественно в Екатеринбурге, поэтому результаты не стоит экстраполировать на сферу медиа по стране или миру в целом. Описанная задача требует значительного числа респондентов, чтобы их можно было разделить на множество подгрупп и в каждой получить репрезентативную выборку. Думается, что это отличная идея для научного гранта. Настоящее же исследование мы считаем пилотным: это срез мнений и общих тенденций в использовании медиафрилансерами нейросетей для генерации текстов.

В качестве дополнительного источника информации по исследуемой теме мы осуществили поиск вакансий в сфере медиа на одном из популярных сайтов HeadHunter (hh.ru) – отдельно вакансий на полный рабочий день в офисе и удаленных. Нас интересовала доля вакансий, в которых требуется работать с нейросетями для генерации текстов.

Результаты исследования

Начнем с того, что в научной, университетской среде, а также в бытовом плане отношение социума к рерайту скорее отрицательное: это, чаще всего, синоним так называемой «халтуры» и «халтуры». И, опрашивая респондентов, мы ожидали, что конкретно по данному вопросу будет огромное число отказов отвечать или просьб сохранить анонимность.

Однако большинство журналистов (причем в первую очередь штатных) отвечали, что используют в работе рерайт, отмечая данный факт как само собой разумеющийся, часто добавляя в ответе слово «конечно» («Рерайт использует любой журналист, работающий с новостями»; «Рерайт выступает как основная форма работы СМИ»). В сумме 87 % штатных журналистов и 54 % медиафрилансеров ответили, что использовали и / или до сих пор используют в работе рерайт.

Вместе с тем, как уже отмечалось, вряд ли подлежит сомнению тот факт, что рерайт представляет собой достаточно примитивную задачу, и внедрение ИИ в сферу журналистики определенно стоит ожидать с заданием простых, далеких от творчества, – как рерайт.

Однако на данный момент 62 % штатных журналистов не используют ИИ в этих целях. Многие отмечают, что это связано с типом СМИ или политикой издания («деловая газета»; «слишком локальные новости»; «нужен творческий подход»). Многие тележурналисты отмечали, что ИИ – не для телевидения.

Но встречались и ответы от респондентов, которые отказываются от ИИ по собственной инициативе. Часто по причине низкого качества таких текстов («Текст получился сухим, заметно, что писала машина»; «Пока конечный продукт выходит не очень хорошим»; «ИИ, даже самый продвинутый, совершает много фактических ошибок»).

Но есть и редакции, которые в большей или меньшей степени заменили рерайт на работу с ИИ, хотя всего 3 % заменили рерайт полностью («Да, мы заменили рерайт на ИИ, потому

что это намного проще и быстрее»; «Есть разные курсы по их использованию, также есть много бесплатных и простых в использовании сервисов ИИ. Почему бы не брать и пользоваться тем, что сегодня является прорывом в технологическом прогрессе?»). Некоторые редакции даже разрабатывают свои нейросети, обучают под собственные задачи ботов в Telegram (кстати, и на телевидении тоже).

Еще один значимый факт: если при ответе на вопрос об использовании рерайта популярным словом было «конечно», то при ответе на вопрос о замене данной деятельности на ИИ самым популярным словом стало «пока». Даже при отрицательном ответе респонденты чаще всего не исключают возможность внедрения ИИ в их работу в будущем («Пока не пользуюсь»; «Пока еще не представляем, как это лучше сделать»; «Подумываем о внедрении»; «Мысль отдать рерайт нейросетям интересная»; «Этим пользуются только новостники. Авторы больших текстов пока не дружат у нас с нейросетью»).

Таким образом, можно констатировать, что ИИ постепенно проникает в редакции СМИ. Даже среди тех, кто не заменил рерайт полностью, 22 % иногда используют ИИ (хотя чаще всё еще рерайт) и 10 % – используют их 50 / 50.

Если сравнивать данную ситуацию с медиафрилансом, то процент тех, кто полностью отказывается от ИИ, лишь немногим меньше: 58 %. Однако если проанализировать тех, кто попробовал работать с ИИ, то здесь уже можно отметить значительные изменения: если в редакциях СМИ лишь 3 % полностью отказались от рерайта в пользу ИИ, то на фрилансе таковых уже 18 % («Для меня определённо ушла на второй план проблема с рерайтом»). Фрилансеры, конечно, отмечают те же недостатки нейросетей: сухость изложения, фактические ошибки, канцеляриты, проблемы в стилистике («Чтобы в итоге получить связный текст, приходится переписывать результат. Это двойная работа»). Однако отмечают тот факт, что с ИИ надо просто уметь работать и учиться писать запрос («Уже сейчас надо осваивать новую профессию: промт-инжиниринг, как дополнение к копирайтингу»).

Итак, в качестве промежуточного вывода, отметим, что, вероятно, условных «консерваторов» примерно одинаковое количество и в штате, и на фрилансе, и данное качество не зависит от способа сотрудничества. Надо учитывать и тот факт, что журналисты – это в основном гуманитарии, поэтому сложно ожидать, что они первыми будут внедрять технические новинки.

Однако весьма показательно, как постепенно проникает ИИ в редакции, а также то, что медиафрилансеры, ознакомившись с возможностями ИИ, чаще штатных коллег полностью заменяют им такие простые задачи, как рерайт. Мы объясняем эту разницу в первую очередь всё теми же факторами, заявленными в гипотезе:

- личная выгода (ускорение увеличивает личный доход, а не редакции);
- отсутствие необходимости многоэтапных утверждений;
- штатный журналист ограничен политикой и форматом своего издания (например, как свидетельствует наше исследование, некоторые государственные СМИ не разрешают использование ИИ), а фрилансер может предложить свои услуги любому СМИ – например, тому, которое принимает работу с нейросетями.

Кроме того, как верно отмечали наши респонденты, с ИИ надо учиться работать. Из реплик штатных журналистов, отказавшихся от ИИ, нередко следовало, что первая попытка окончилась плохим результатом, разочарованием и возвратом к рерайту. А вот для медиафрилансеров постоянное обучение, самообразование является нормой жизни, что мы уже отмечали в других исследованиях. Неудивительно, что именно медиафрилансеры, получив первый плохой результат, не отказались от ИИ, а начали учиться с ним работать.

В числе наиболее популярных нейросетей несомненным лидером остается ChatGPT (часто через ботов в Telegram), также респонденты упоминали YandexGPT, реже – другие нейросети: Gemini, Perplexity, GigaChat, Ghostwriter, MaxText и др.

В дополнение мы решили проанализировать, как часто потенциальные работодатели / заказчики требуют от медиафрилансеров умения работать с ИИ для генерации текста. Мы

зашли 31.07.2024 на один из самых популярных сегодня сайтов вакансий HeadHunter (hh.ru) в расширенный поиск и указали следующие данные:

- специализация: «Искусство, развлечения, массмедиа» и далее «Журналист, корреспондент» и «Копирайтер, редактор, корректор»;
- убрали регион (поскольку нет смысла сужать поиск при работе удаленно), который устанавливается системой автоматически по умолчанию;
- график работы: удаленная работа;
- выводить: за всё время;
- остальное отметили как не имеющее значения.

Система выдала нам 1 070 вакансий.

Затем мы запустили точно такой же поиск, только в строке «Ключевые слова» указали «“искусственный интеллект” OR нейросеть OR ChatGPT OR “Chat GPT” OR YandexGPT OR Gemini OR Perplexity OR GigaChat OR Ghostwriter OR MaxText», отметив галочками, что искать их надо только в названии или в описании вакансии. Такой запрос означает, что мы просим систему искать вакансии, в название и / или описание которых включено любое из указанных слов и словосочетаний (с допущением разных падежей). В итоге система выдала нам 227 вакансий. Таким образом, около 21 % всех удаленных вакансий для медиафрилансеров включают работу с нейросетями для генерации текстов. Конечно, тут возможна погрешность: например, работодатель / заказчик мог описать данное требование иными словами (указать другие нейросети или написать их названия иначе) либо указать эти слова при описании собственной деятельности, безотносительно обязанностей соискателя, либо написать, к примеру: «Использование нейросетей запрещается». Однако (на основе опыта проверки удаленных вакансий для медиафрилансеров на данном сайте, которую один из авторов настоящей статьи осуществляет трижды в неделю) рискнем предположить, что погрешность эта несущественна. Кроме того, в рамках настоящего исследования нам важен не столько данный процент, сколько соотношение ситуации в штатной и внештатной журналистике.

Затем мы сделали два аналогичных запроса, только в пункте «График работы» заменили «Удалённая работа» на «Полный день». Хотя такой формат подразумевает обычную работу в офисе, мы не стали указывать регион и осуществили поиск по всем регионам. Результат получился следующий: общее число вакансий – 1 495, а с упоминанием ИИ или нейросетей – всего 71 вакансия, т. е. менее 5 % всех предложений.

Данные цифры еще раз подтверждают нашу гипотезу. Ведь если журналист ищет работу в штате, то вероятность менее 5 %, что от него потребуется работать с нейросетями. Если же он ищет удаленную работу, то каждое пятое предложение подразумевает умение работать с ИИ. Логично, что медиафрилансеры больше стараются освоить данный навык, чем их штатные коллеги.

Заключение

Фриланс занимает всё более активные позиции во многих сферах – не исключение и журналистика. Цифровизация, а затем коронавирусная пандемия существенно ускорили этот процесс. Очередным вызовом и для мира в целом, и для медиасферы, и конкретно для медиафриланса стало появление ИИ и нейросетей. Пока что мы находимся в том переходном периоде, когда непонятно, помощник это, незаменимый инструмент в работе или же угроза востребованности на рынке, а возможно, его значимость сильно преувеличена. Неслучайно одним из самых часто используемых слов в ответах наших респондентов стало слово «пока», поскольку мы можем говорить лишь о конкретном сегодняшнем моменте использования ИИ, и в ближайшем будущем он будет меняться и развиваться.

Вместе с тем наше исследование показывает, что ИИ может стать отличным инструментом в работе журналиста прямо сейчас, поскольку есть те, кто успешно внедряет ИИ в свою

повседневную деятельность, и это позволяет им ускорить процесс, передавая роботам примитивные задачи. Таковых пока меньшинство: так, всего 3 % штатных журналистов и 18 % медиафрилансеров полностью отказались от рерайта в пользу использования нейросетей.

Однако спрос на навыки работы с ИИ растет, и в первую очередь это касается фрилансеров: если при работе в офисе менее 5 % вакансий упоминают ИИ / нейросети для генерации текстов, то при удаленной работе таковых уже 21 %, и этот разрыв весьма показателен.

«Таким образом, наблюдается явная тенденция к сокращению потребности в ручном рерайте, особенно в сфере медиафриланса. Искусственный интеллект, демонстрируя впечатляющие возможности в обработке и переформулировании текста, способен эффективно выполнять задачи, ранее считавшиеся прерогативой человека. Несмотря на то, что рерайт в традиционном понимании уходит в прошлое, журналистский труд не теряет актуальности, а трансформируется в более сложную и интеллектуальную сферу, где востребованы творческий подход, аналитические способности, глубокое знание предмета и умение преподнести информацию в увлекательной и достоверной форме». Данный абзац в качестве завершающего аргумента мы сгенерировали в нейросети ChatGPT (https://t.me/ChatGPT_General_Bot). Текст сгенерирован с первой попытки и не редактировался – в целях демонстрации возможностей искусственного интеллекта.

В качестве же собственного вывода мы можем констатировать, что наша гипотеза подтвердилась: медиафрилансеры чаще своих штатных коллег используют нейросети – в частности для замены рерайта. Чаще, соответственно, ожидают наличие таких навыков и работодатели / заказчики. Однако из личного опыта фриланс-журналистики (один из авторов настоящей статьи является медиафрилансером) мы предполагали, что это явление более массовое, поскольку сами полностью заменили рерайт на работу с ИИ уже более года назад. Поэтому проведенное исследование, с одной стороны, подтвердило выдвинутую гипотезу, а с другой – продемонстрировало, что внедрение нейросетей – это всё же процесс постепенный.

Вместе с тем сам факт того, что каждое пятое издание требует и каждый пятый медиафрилансер умеет делать рерайт при помощи ИИ, говорит о том, что данная технология уже достаточно развита. Если в конце 2022 – начале 2023 г. неиспользование или крайне ограниченное использование ИИ было связано скорее с его ограниченными возможностями, поскольку качество сгенерированных текстов было достаточно низким, то в 2024 г. причиной уже становится неумение журналистов грамотно использовать нейросети, формулировать промты. Однако мы рискуем предположить, что тенденция передачи рутинных процессов ИИ постепенно охватит абсолютное большинство представителей медиасферы. В дальнейших исследованиях мы планируем выявлять и другие области применения ИИ в повседневной журналистской деятельности.

Список литературы

- Бондаренко Е. А.** Искусственный интеллект и проблемы медиаобразования // Медиа. Информация. Коммуникация. 2023. Т. 37, № 2. С. 7–12.
- Вартанова Е. Л.** Цифровая журналистика и медиакоммуникационная среда // МедиаТренды. 2022. № 1 (87). С. 1.
- Голубева С. Л.** Технологии искусственного интеллекта в рекламе // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 103-2. С. 119–122. DOI 10.18411/trnio-11-2023-92
- Горина Е. В., Уфимцева С. М.** Особенности использования текстов нейросетей в медиа и образовании // Российский лингвистический бюллетень. 2024. № 1 (49). DOI 10.18454/RULB.2024.49.27
- Давыдов С. Г., Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М.** Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике // Вестник

- Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. 2023. № 5. С. 3–21. DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321
- Зимина Л. В.** Технологии искусственного интеллекта в медиаиндустрии: генерация изображений // Изв. высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2023. № 2. С. 14–23.
- Лашук О. Р.** Заимствование контента при создании рерайтерских новостных материалов // Вестник Нижегород. гос. лингвист. ун-та им. Н. А. Добролюбова. 2013. № 24. С. 43–49.
- Лесина М. И.** ChatGPT в журналистике: угроза медиасфере или ценный партнер? // Сборник эссе студентов и учащихся школ по итогам международных конкурсов эссе от 10.09.2023. Н. Новгород: Профессиональная наука, 2023. С. 12–19.
- Макеев М. И., Вырковский А. В.** Возможности влияния неинституционализированных производителей развлекательного и познавательного контента на аудиторию // Вестник Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. 2021. № 5. С. 74–99. DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2021.7499
- Плешакова А. С.** Плагиат и рерайт как проблема авторского права // Традиции и новации в системе современного российского права: Материалы Междунар. конгресса молодых ученых: В 3 т. М., 2024. Т. 2. С. 319–320.
- Плотникова А. М.** Нейросеть как ключевое слово текущего момента // Филологический класс. 2023. Т. 28, № 2. С. 45–54.
- Томашевский И. А.** Искусственный интеллект в управлении медиакommunikацией и журналистикой // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2023. № 74. С. 33–42.
- Тюрина Е. В.** Проблемы использования искусственного интеллекта в новостной рерайт-журналистике // Коммуникация в современном мире: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью. Воронеж, 2024. С. 44–45.
- Фешук К. С.** Особенности рерайта на примере новостных текстов российских онлайн СМИ // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2021. № 5 (57). С. 269–278.
- Шабалин А. Д.** (Не)медиа-текст: коммуникативные маркеры AI-текстов (на примере материалов чат-бота ChatGPT) // Медиалингвистика: Материалы докладов участников VII Междунар. конф. СПб., 2023. С. 802–806.
- Шестерина А. М.** Влияние технологий искусственного интеллекта на видеопроизводство в сфере продвижения сетевого контента // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2022. Т. 22, № 1. С. 108–113. DOI 10.14529/ssh220114
- Hayes K.** The Networked Newsroom: Navigating New Boundaries of Work. *Journalism Practice*. 2021. No. 18 (4). P. 803–817. DOI 10.1080/17512786.2021.1949627
- Hagar N., Wachs J., Horvát E.-Á.** Writer movements between news outlets reflect political polarization in media. *New Media and Society*. 2021. No. 25 (8). P. 2034–2056 DOI 10.1177/14614448211027173
- Joseph B., O'Donnell P.** The blurring line between freelance journalists and self-employed media workers. *Journalism*. 2022. No. 24 (1). P. 139–156. DOI 10.1080/14648849221086806
- Norbäck M.** Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work. *Journalism Studies*. 2022. No. 23 (10). P. 1141–1159 DOI 10.1080/1461670X.2022.2073257
- Pavlik J. V.** Collaborating with ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Journalism & Mass Communication Educator*. 2023. No. 78 (1). P. 84–93. DOI 10.1177/10776958221149577

References

- Bondarenko E.** Iskusstvennyi intellekt i problemy mediaobrazovaniya [Artificial Intelligence and Problems of Media Education]. *Media. Informatsiya. Kommunikatsiya* [Media. Information. Communication], 2023, no. 37 (2), pp. 7–12. (in Russ.)
- Davydov S. G., Zamkov A. V., Krashenninnikova M. A., Lukina M. M.** Ispol'zovanie tekhnologii iskusstvennogo intellekta v rossiiskikh media i zhurnalistike [The Use of Artificial Intelligence Technologies in Russian Media and Journalism]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 2023, no. 5, pp. 3–21. (in Russ.) DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321
- Feshchuk K. S.** Osobennosti reraita na primere novostnykh tekstov rossiiskikh onlain SMI [Features of Rewriting of News Articles in Russian Online Media]. *Skif. Voprosy studentcheskoi nauki* [Skif. Student Science Issues], 2021, no. 5 (57), pp. 269–278. (in Russ.)
- Golubeva S. L.** Tekhnologii iskusstvennogo intellekta v reklame [Artificial Intelligence Technologies in Advertising]. *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya* [Trends in the Development of Science and Education], 2023, no. 103–2, pp. 119–122. (in Russ.) DOI 10.18411/trnio-11-2023-92
- Gorina E. V., Ufimtseva S. M.** Osobennosti ispol'zovaniya tekstov neirosetei v media i obrazovanii [Specifics of Using Neural Network Texts in Media and Education]. *Rossiiskii lingvisticheskii byulleten'* [Russian linguistic bulletin], 2024, no. 1 (49). (in Russ.) DOI 10.18454/RULB.2024.49.27
- Hagar N., Wachs J., Horvát E.-Á.** Writer Movements between News Outlets Reflect Political Polarization in Media. *New Media and Society*, 2021, no. 25 (8), pp. 2034–2056. DOI 10.1177/14614448211027173
- Hayes K.** The Networked Newsroom: Navigating New Boundaries of Work. *Journalism Practice*, 2021, no. 18 (4), pp. 803–817. DOI 10.1080/17512786.2021.1949627
- Joseph B., O'Donnell P.** The Blurring Line between Freelance Journalists and Self-employed Media Workers. *Journalism*, 2022, no. 24 (1), pp. 139–156. DOI 10.1080/14648849221086806
- Lashchuk O.** Zaimstvovanie kontenta pri sozdanii reraiterskikh novostnykh materialov [Content Borrowing in the Creation of Rewritten News Materials]. *Vestnik Nizhegorodskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta im. N. A. Dobrolyubova* [Nizhny Novgorod Linguistics University Bulletin], 2013, no. 24, pp. 43–49. (in Russ.)
- Lesina M. I.** ChatGPT v zhurnalistike: ugroza mediasfere ili tsennyi partner? [ChatGPT in Journalism: A Threat to the Media Sphere or a Valuable Partner?]. In: *Sbornik esse studentov i uchashchikhsya shkol po itogam mezhdunarodnykh konkursov esse ot 10.09.2023* [Collection of Essays by Students and School Students based on the Results of International Essay Competitions from 09/10/2023]. Nizhniy Novgorod, Professional'naya Nauka Publ., 2023, pp. 12–19. (in Russ.)
- Makeenko M. I., Vyrkovsky A. V.** Vozmozhnosti vliyaniya neinstitutstionalizirovannykh proizvoditelei razvlekatel'nogo i poznavatel'nogo kontenta na auditoriyu [Potential for Non-Institutionalized Creators of Entertainment and Educational Content to Influence the Audience]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 2021, no. 5, pp. 74–99. DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2021.7499 (in Russ.)
- Norbäck M.** Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work. *Journalism Studies*, 2022, no. 23 (10), pp. 1141–1159. DOI 10.1080/1461670X.2022.2073257
- Pavlik J. V.** Collaborating with ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 2023, no. 78 (1), pp. 84–93. DOI 10.1177/10776958221149577
- Pleshakova A. S.** Plagiat i rerait kak problema avtorskogo prava [Plagiarism and Rewriting as a Copyright Issue]. In: *Traditsii i novatsii v sisteme sovremennogo rossiiskogo prava. Materialy Mezhdunarodnogo kongressa molodykh uchenykh* [Traditions and Innovations in the

- System of Modern Russian Law. Proceedings of the International Congress of Young Scientists]. In 3 vols. Moscow, 2024, vol. 2, pp. 319–320. (in Russ.)
- Plotnikova A. M.** Neyroset' kak klyuchevoe slovo tekushchego momenta [Neyroset' as a Keyword of the Current Moment]. *Philological Class*, 2023, vol. 28, no. 2, pp. 45–54. (in Russ.)
- Shabalin A.** (Ne)mediatekst: kommunikativnye markery AI-tekstov (na primere materialov chat-bota ChatGPT) [(Non)Media Text: Communicative Markers of AI-Written Texts (By the Examples of the Materials Made by Chatbot ChatGPT)]. In: *Media Linguistics: Proceedings of the 7th International Conference*. St. Petersburg, 2023, special iss. 10, pp. 802–806. (in Russ.)
- Shesterina A. M.** Vliyaniye tekhnologii iskusstvennogo intellekta na videoproizvodstvo v sfere proizvodnitsya setevogo kontenta [The Impact of Artificial Intelligence Technologies on Video Production in the Promotion of Network Content]. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsial'no-gumanitarnye nauki* [Bulletin of the South Ural State University. Series: Social Sciences and the Humanities], 2022, vol. 22, no. 1, pp. 108–113. (in Russ.) DOI 10.14529/ssh220114
- Tomashevsky I. A.** Iskustvennyi intellekt v upravlenii mediakommunikatsiei i zhurnalistikoi [Artificial Intelligence in Managing Media Communications and Journalism]. *Mir lingvistiki i kommunikatsii: elektronnyi nauchnyi zhurnal* [World of Linguistics and Communication: Electronic Scientific Journal], 2023, no. 4, pp. 33–42. (in Russ.)
- Tyurina E. V.** Problemy ispol'zovaniya iskusstvennogo intellekta v novostnoi rerait-zhurnalistike [Challenges of Using Artificial Intelligence in News Rewriting Journalism]. In: *Kommunikatsiya v sovremennom mire: Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii issledovatelei i prepodavatelei zhurnalistiki, reklamy i svyazei s obshchestvennost'yu* [Communication in the modern world: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference of Researchers and Teachers of Journalism, Advertising and Public Relations]. Voronezh, 2024, pp. 44–45. (in Russ.)
- Vartanova E. L.** Tsifrovaya zhurnalistika i mediakommunikatsionnaya sreda [Digital Journalism and Media Communication Environment]. *MediaTrendy* [MediaTrends], 2022, no. 1 (87), p. 1. (in Russ.)
- Zimina L. V.** Tekhnologii iskusstvennogo intellekta v mediaindustrii: generatsiya izobrazhenii [Artificial Intelligence Technologies in the Media Industry: Image Generation]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Problemy poligrafii i izdatel'skogo dela* [News of Higher Educational Institutions. Problems of Printing and Publishing], 2023, no. 2, pp. 14–23. (in Russ.)

Информация об авторах

Ольга Сергеевна Мухина, кандидат филологических наук

Scopus Author ID 57280995100

WoS Researcher ID ABB-6906-2020

RSCI Author ID 1062406

SPIN 9151-6887

Владимир Фёдорович Олешко, доктор философских наук

Scopus Author ID 57220043187

WoS Researcher ID T-3044-2018

RSCI Author ID 400103

SPIN 3113-8337

Information about the Authors

Olga S. Mukhina, Candidate of Sciences (Philology)

Scopus Author ID 57280995100

WoS Researcher ID ABB-6906-2020

RSCI Author ID 1062406

SPIN 9151-6887

Vladimir F. Oleshko, Doctor of Sciences (Philosophy)

Scopus Author ID 57220043187

WoS Researcher ID T-3044-2018

RSCI Author ID 400103

SPIN 3113-8337

Вклад авторов:

О. С. Мухина – разработка концепции исследования, отбор и анализ материала, формулирование выводов, подготовка первой версии текста.

В. Ф. Олешко – разработка концепции исследования, отбор и анализ материала, формулирование выводов, доработка текста.

Contribution of the Authors:

Olga S. Mukhina developed the methodology and approach, selected and analyzed the material, making conclusion, preparing the first draft of the article.

Vladimir F. Oleshko developed the methodology and approach, selected and analyzed the material, making conclusion, preparing the final draft of the article.

Статья поступила в редакцию 05.12.2024;

одобрена после рецензирования 20.12.2024; принята к публикации 22.12.2024

The article was submitted on 05.12.2024;

approved after reviewing on 20.12.2024; accepted for publication on 22.12.2024