
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

THEORY AND PRACTICE OF FOREIGN MASS MEDIA

УДК 070

ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ПРОИЗВОДСТВЕ КОНТЕНТА КИТАЙСКИХ МЕДИА

ЖЭНЬ И¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Отмечено, что технологии искусственного интеллекта сегодня интенсивно используются в мировой медиаиндустрии, что ведет к ее изменению. На основе анализа научных статей медиаисследователей и примеров медиапрактики китайских СМИ предложена хронология использования искусственного интеллекта в журналистике, рассмотрены модели искусственного интеллекта, используемые в производстве медиаконтента, обозначены позитивные изменения, вызванные внедрением автоматизированных технологий в процесс создания контента китайских традиционных СМИ и контента для их социальных сетей.

Ключевые слова: искусственный интеллект; ИИ; медиаконтент; цифровая среда; производство медиаконтента; китайские СМИ.

Образец цитирования:
Жэнь И. Технологии искусственного интеллекта в производстве контента китайских медиа. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2025;2:67–74.
EDN: NAIUMJ

For citation:
Ren Yi. Artificial intelligence technologies in Chinese media content production. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2025;2:67–74. Russian.
EDN: NAIUMJ

Автор:
Жэнь И – аспирантка кафедры медиалогии факультета журналистики. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Н. А. Федотова.

Author:
Ren Yi, postgraduate student at the department of mediology, faculty of journalism.
936400630@qq.com



ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN CHINESE MEDIA CONTENT PRODUCTION

REN YI^a

^aBelarusian State University, 4 Nizaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

Abstract. It is noted that artificial intelligence technologies are currently being intensively used in the global media industry, leading to changes. Based on the analysis of scientific articles by media researchers and examples of media practices in Chinese media, the article proposes a timeline for the use of artificial intelligence in journalism, examines the models of artificial intelligence used in the production of media content, and highlights the positive changes caused by the introduction of automated technologies in the creation of content for Chinese traditional media and content for their social networks.

Keywords: artificial intelligence; AI; media content; digital environment; media content production; Chinese media.

Введение

В последние годы технологии искусственного интеллекта (ИИ) и нейронных сетей активно внедряются на всех этапах производства медиатекста. Согласно отчету компании *McKinsey & Company*¹ в 2020 г. более 60 % мировых медиакомпаний использовали ИИ для автоматизации процессов производства.

Обзор научных публикаций показывает, что в последние несколько лет усиливается междисциплинарное исследовательское внимание к данной теме. Так, рассматривается роль ИИ в развитии цифровизации как формы организации общественных отношений [1]; исследуются автоматизация журналистской работы и внедрение нейронных сетей в медиапространство России [2]; актуализируются этический и технологический аспекты применения ИИ в журналистике [3–5]. Также предприняты попытки конкретизировать терминологию и обозначить проблемы применения ИИ в сфере массмедиа [6; 7].

Внедрение технологий ИИ в практику китайских СМИ также является доминирующей тенденцией. Так, согласно исследованию тенденций развития конкурентных стратегий в индустрии ИИ Китая в конце 2022 г. на данные, генерируемые ИИ, приходилось менее 1 % всех данных, а к 2025 г. этот показатель, по прогнозам, должен был достичь 10%². Стремительное развитие и совершенствование интеллектуальных технологий для генерации медиаконтента обуславливает актуальность проведенного нами исследования и поясняет постановку следующих задач: выявить хронологию использования возможностей ИИ в журналистике; рассмотреть модели ИИ, применяемые в производстве медиаконтента; обозначить позитивные изменения, произошедшие после внедрения автоматизированных технологий в процесс создания контента китайских традиционных СМИ и контента для их социальных сетей, и актуальные медиапрактики.

Материалы и методы исследования

Теоретико-методологическую основу данного исследования составляют научные статьи на китайском и русском языках, отобранные в китайской (*ZhiWang*) и российских (*КиберЛенинка*, *e-LIBRARY.RU*) электронных библиотеках за последние пять лет

по ключевым словам «искусственный интеллект» и «медиаконтент». Эмпирическую базу настоящей работы составил медиаконтент китайских СМИ, таких как «Янши синьвэнь», «Синьхуа», и социальной платформы *Douyin*.

Результаты и их обсуждение

Обзор научной литературы показывает, что отправную точку использования «умных машин» учёные определяют весьма вариативно. Есть мнение о том, что человечество обращалось к идее о разумных машинах уже в XIII в.: «Раймунд Луллий, теолог, поэт, арабист, математик, философ, человек, немногим уступающий самому Леонардо да Винчи по широте кругозора, по праву признается многими исследователями родоначальником идеи искусственного

интеллекта» [4, с. 558]. Раймунд Луллий создал механизм, при помощи которого можно было получать достаточно сложные логические построения. Позже и другие философи проявляли интерес к подобным изобретениям, в частности, в работах Р. Декарта и Г. В. Лейбница развиваются сходные идеи.

Если история технических изобретений, предназначенных для вычислений, насчитывает несколько столетий, то, как утверждают учёные, первые

¹2020 year in review: highlights from our publishing [Electronic resource] // McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/2020-year-in-review> (date of access: 08.10.2024).

²Открытие новой ситуации AIGC, делающей генеративный ИИ умнее [Электронный ресурс] // Китайская экономическая сеть. URL: http://www.ce.cn/xwzx/kj/202307/10/t20230710_38624779.shtml (дата обращения: 10.07.2024) (на кит.).

системы создания автоматизированного текста на английском языке появились в 1980-х гг., а первые системы генерации текста на русском и других славянских языках – только в начале XXI в. [2, с. 57]. Внедрение автоматизированного текста в мировую медиапрактику происходит интенсивно. Уже в 2008 г. часть привычной для журналистов работы начали выполнять поисковые роботы – краулеры, которые собирали новости онлайн из разных источников, а потом «переписывали» их. Подобную технологию использовали, например, в журнале *Forbes* для описания глобальных финансовых рынков. В 2016–2019 гг. часть работы автоматизировали такие издания, как *New York Times*, *The Guardian*, *Los Angeles Times*, *BBC* [2, с. 58].

В настоящее время Китай, наряду с США и ЕС, является одним из признанных мировых лидеров в области внедрения и развития технологий ИИ. В Китае рынок продуктов, связанных с ИИ, демонстрирует темпы роста, которые значительно превышают среднемировые показатели. Китайский рынок технологий ИИ растет на 44 % в год, тогда как для мирового рынка средний показатель роста этой сферы составляет 26 % в год [8, с. 142].

Один из стратегических документов – План развития искусственного интеллекта нового поколения в Китае (2017) – обозначает приоритетные направления деятельности в данной области и ожидаемые финансовые показатели. Так, до 2020 г. приоритетным направлением было развитие больших данных, автономных интеллектуальных систем, роевого интеллекта, гибридного расширенного интеллекта, основополагающих теорий ИИ. Доход отрасли ИИ должен был составить 150 млрд юаней, доход данной области с учетом прибыли из смежных отраслей – 1 трлн юаней. До 2025 г. в приоритете было развитие интеллектуального производства, интеллектуальной медицины, интеллектуального города, интеллектуального сельского хозяйства, национальной обороны, нормативного регулирования сферы ИИ, системы оценки и контроля безопасности ИИ. Ожидается, что основная отрасль ИИ даст доход в 400 млрд юаней, а доход данной сферы с учетом прибыли из смежных отраслей составит 5 трлн юаней³.

Существенные достижения Китая в применении ИИ связаны и с медиаиндустрией. Исследователи выделяют шесть этапов в развитии медиасфера Китая [9]. В то же время использование ИИ начинается на четвертом этапе развития китайской медиасфера (2016), когда СМИ начали внедрять интеллектуальные технологии создания медиатекста для усиления своих рыночных конкурентных преимуществ. Так, во время летних Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро в 2016 г. разработчики китайской плат-

формы *Toutiao Lab* запустили робота *Xiaomingbot*, который автоматически готовил пресс-релизы, писал обзоры матчей в реальном времени. В течение 16 дней было создано более 400 публикаций.

На наш взгляд, наиболее точно хронология использования ИИ в журналистике установлена китайским ученым Юй Гуомином. Он выделил три этапа применения ИИ в журналистике. В течении первого этапа (до 2022 г.) ИИ в своих функциях опирался на относительно однородные цифровые данные и механически выполнял определенные инструкции (например, голосовой помощник *Siri*, разработанный корпорацией *Apple*). Второй этап начался после появления чат-бота *ChatGPT* в ноябре 2022 г. В этот период ИИ значительно повысил точность выполнения задач, что позволило существенно расширить сферу его применения (например, появились возможности общения с аудиторией в режиме диалога и функция создания текста). Третий этап начался в 2024 г. после возникновения симулятора мира *Sora*, который представляет собой генеративный ИИ, преобразующий текст в видеоролик. Видеоролики, произведенные симулятором мира *Sora*, в отличие от традиционных видеороликов, которые демонстрируют фиксированные сцены, могут показывать происходящие события с разных ракурсов [10, с. 48–49].

Как показывает обзор китайской медиапрактики последних лет, использование ИИ в области журналистики значительно расширяет арсенал инструментов для создания медиаконтента. В связи с этим китайский учений Юй Гуомин выделил четыре модели производства медиаконтента:

1) модель OGC (*occupationally generated content*), которая была популярна до появления интернета, во времена доминирования профессиональных СМИ. Тогда большая часть медиаконтента производилась профессиональными журналистами. Хотя информация, созданная по этой модели, отличалась высоким качеством, ее тематика была в определенном смысле ограничена, уровень взаимодействия с аудиторией был низким;

2) модель PGC (*professional generated content*), предполагающая производство профессионального медиаконтента, в которое вовлечены эксперты из различных областей, профессионалы журналистской индустрии. До эпохи Веб 2.0 интернет-сайты выбирали модель PGC, чтобы генерировать качественный контент для удержания аудитории;

3) модель UGC (*user generated content*), которая ознаменовала новый способ производства информации в эпоху Веб 2.0, когда каждый пользователь стал создателем новостей. По мнению белорусских ученых, один из главных эффектов модели UGC – превращение аккаунтов пользователей социальных

³Уведомление Государственного совета о публикации Плана развития искусственного интеллекта нового поколения [Электронный ресурс] // Центральное народное правительство Китайской Народной Республики. URL: http://www.gov.cn/zhengce/content/2017-07/20/content_5211996.htm (дата обращения: 08.10.2024) (на кит.).

сетей в хранилище новостей⁴. Однако использование данной модели обостряет проблему качества новостной продукции и усложняет верификацию контента. В связи с этим редакции некоторых медиа предполагают использовать модель PGC, которая обеспечивает качество контента, так как его производят профессионалы медиаиндустрии [11, с. 2];

4) модель AIGC (*artificial intelligence generated content*), которая характеризуется доминированием ИИ, также известного как генеративный ИИ (*generative AI*). В рамках этой модели технология ИИ применяется для автоматического создания медиаконтента, что позволяет экономить человеческие ресурсы, обрабатывать большие данные и делает производство медиаконтента максимально эффективным и быстрым [12, с. 3].

Китайские ученые (Чжан Лэцзы [11], Лонг Цзяцин [13], Цзэн Сяо [14], Ху Юн [15] и др.) поддерживают установленную Юй Гуомином хронологию и его классификацию моделей производства медиаконтента. Китайский ученый Тянь Юань, помимо вышеперечисленных четырех моделей, предлагает пятую модель – модель PUGC (*professional user-generated content*): «Модель PUGC – это развитие и эволюция режимов UGC и PGC, она позволяет избежать недостатков режимов UGC и PGC и станет основой для долгосрочного развития коротких видеороликов в интернете»⁵ [16, с. 76].

В рамках модели AIGC генеративный ИИ активно применяется как простая в использовании система

моделирования. В то же время медиаэксперты отмечают, что генеративный ИИ «появился как результат обучения нейронных сетей на огромных массивах данных, созданных человечеством (примечательно, что данные естественных и точных наук могут обеспечить только создание алгоритмов, но не самообучающиеся нейронные сети)» [17, с. 415]. Отдельные исследователи считают появление генеративного ИИ важным достижением в области ИИ и определяют его как технологию, «которая использует модели глубокого обучения для создания оригинальных информационных материалов (текст, изображения, видео и пр.)» [18, с. 38]. Согласно исследованиям компании *McKinsey & Company* «инструменты генеративного искусственного интеллекта можно классифицировать по типу создаваемого ими контента на генерирующие и обрабатывающие текст, изображения, аудио, 3D-модели и видео» [7, с. 83]. При помощи инструментов генеративного ИИ появилась возможность решать такие задачи, как автоматическое создание текста, автоматический перевод текста в речь, генерирование изображений и видеороликов на основе текстового контента. В таблице представлены четыре вида генеративного ИИ, применяемые для создания медиаконтента китайских СМИ (ИИ, предназначенный для создания текстов; ИИ, предназначенный для создания видеороликов; ИИ, предназначенный для рисования; ИИ, предназначенный для создания дизайна) и примеры мобильных приложений, в которые внедрены эти технологии.

Программное обеспечение генеративного ИИ Generative AI software

Виды генеративного ИИ	Мобильные приложения
ИИ, предназначенный для создания текстов	<i>ChatGPT, Boardmix AI, Wenxin yi yan, writer, Mi ta xiezuo mao</i>
ИИ, предназначенный для создания видеороликов	<i>Sora, Runway, Jian ying</i>
ИИ, предназначенный для рисования	<i>Stability AI, DALL-E, Wenxin yi ge</i>
ИИ, предназначенный для создания дизайна	<i>Fontjoy, Canva, Tu guaishou</i>

На наш взгляд, интенсивное внедрение автоматизированных технологий в процесс создания контента китайских традиционных СМИ и контента для социальных сетей становится источником позитивных изменений. Во-первых, генеративный ИИ обогащает возможности медиапроизводства. Как отмечают медиаэксперты, «ключевой ценностью генеративного ИИ является способность интеллектуально редактировать и автоматизировать создание контента, повышая эффективность и качество производства телепрограмм» [19, с. 69]. Анализ контента Центрального

радио и телевидения Китая (далее – CCTV) показывает, что ведущие СМИ Китая активно экспериментируют с генеративным ИИ: «В 2019 г. Центральное радио и телевидение Китая (CCTV) в сотрудничестве с Baidu Intelligent Cloud и другими организациями сформировало редакционный отдел искусственного интеллекта, взяв на себя инициативу по открытию занавеса эры трансформации основных СМИ и развития интеллектуальных медиа» [20, с. 69].

В феврале 2024 г. CCTV выпустило первый анимационный фильм, созданный с помощью генеративного

⁴Степанов В. А. Социальные медиа : учеб.-метод. пособие. Минск : Белорус. гос. ун-т, 2020. С. 81.

⁵Здесь и далее перевод наш. – Ж. И.

ИИ, – «Цянью Шисон» («千秋诗颂»)⁶. С помощью ИИ 200 древних стихотворений из учебников по китайскому языку были преобразованы в анимацию (рис. 1). Благодаря генеративному ИИ скорость работы творческой команды существенно возросла (от выпуска одного эпизода мультфильма в месяц до

создания трех эпизодов мультфильма в месяц). Популярность анимации подтверждена тем, что в первые шесть эпизодов после премьеры она занимала первые строки рейтингов среди всех мультфильмов, транслируемых на китайском телевидении, и собирала в общей сложности 94,4 млн просмотров [21, с. 9].



Рис. 1. Анимационный фильм «Цянью Шисон»

Fig 1. Animated film «Qianyu Shisong»

После успеха первой автоматизированно созданной анимации CCTV выпустило несколько анимационных фильмов о традиционной китайской культуре, произведенных с использованием генеративного ИИ: «В апреле 2024 г. Центральное радио и телевидение Китая (CCTV) и Лаборатория метавселенной Университета Цинхуа успешно выпустили анимационную китайскую мифологическую историю, полностью созданную при помощи искусственного интеллекта» [22, с. 81]. Мультфильм «Цянью Шисон» стал первым китайским короткометражным анимационным фильмом, на всех этапах производства которого были применены возможности ИИ (например, видеоряд, дубляж и саундтрек созданы с помощью именно этой технологии). Кроме того, генеративный ИИ

по запросу пользователя может создавать видеоролики на разных языках, что позволит транслировать эту анимацию мировой аудитории и может способствовать популяризации китайской культуры. Помимо этого, на официальной странице CCTV есть специальный раздел «AIGC», в котором пользователи могут при помощи генеративного ИИ создавать собственные видеоклипы, диаграммы, графики и др.

Инструменты генеративного ИИ также используются в новостном вещании. Так, 29 марта 2024 г. в вечерних новостях Китая впервые был использован генерированный ИИ видеоролик для визуализации миграции перелетных птиц, в котором был детально показан маршрут их полета⁷ (рис. 2).



Рис. 2. Новости о миграции перелетных птиц

Fig 2. Bird migration news

⁶ Цянью Шисон // Центральное телевидение Китая : сайт. URL: <https://tv.cctv.com/2024/02/26/VIDAUw4U4rxtLHnKuKP9dFZV240226.shtml> (дата обращения: 08.10.2024) (на кит.).

⁷ CCTV начинает использовать видео, созданное с помощью искусственного интеллекта, для новостных репортажей (вечерние новости, 29 марта) [Электронный ресурс] // Bilibili. URL: <https://www.bilibili.com/video/BV16H4y1J76h/> (дата обращения: 03.04.2024) (на кит.).

Во-вторых, генеративный ИИ оптимизирован для предоставления пользователям персонализированных новостей, более точного определения их новостных предпочтений и предпочтений в частной подписке. Применение ИИ сокращает время, необходимое для поиска информации, и помогает автоматически скрывать нерелевантные запросу пользователя сообщения. По мнению китайского ученого Пэн Лана, «генеративный ИИ может предоставить пользователям более точные услуги, а еще одно возможное направление производства контента с помощью таких приложений, как ChatGPT, – это производство контента “по требованию” или “по запросу”, “на заказ”» [23, с. 8].

Оптимизация генеративного ИИ не только обеспечивает мощную поддержку персонализированных рекомендаций новостей, но и повышает вовлеченность и удовлетворенность пользователей. Генеративный ИИ способен постоянно учиться и корректировать рекомендации с помощью механизмов обратной связи с пользователями. Например, когда пользователю нравится новость или он поставил лайк, система генеративного ИИ это фиксирует, чтобы лучше понимать предпочтения пользователя и в будущем рекомендовать материалы на сходную тематику. Такая адаптация предпочтений повышает вовлеченность аудитории, так как позволяет пользователям почувствовать, что их потребности ценятся. Соответственно, генеративный ИИ ориентирован на интеллектуальное производство, а также на персонализацию медиаконтента и учет опыта пользователей при его создании.

В-третьих, генеративный ИИ позволяет создавать более профессиональный по качеству и доступный с точки зрения производства контент для социальных сетей. Появление генеративного ИИ снизило барьеры для входа обычных людей в новостную индустрию, так как он способен автоматически распознавать речь пользователя, обрабатывать его ин-

струкции, преобразовывать речь или текст в видеоролики. «Цзянь инь» («剪映») – это популярное китайское приложение для редактирования видеороликов, выпущенное на платформе *Douyin*. Оно имеет более 800 видеоматериалов, а его доступность и простота в использовании помогают создавать пользователям собственные видеосюжеты. В конце 2023 г. компания, создавшая приложение «Цзянь инь», тестирует инструмент для преобразования текста в картинку *Dreamina*. В мае 2024 г. этот инструмент был переименован в «Цзи Мэн» («即梦»). Раньше основной функцией приложения «Цзянь инь» было автоматическое преобразование текста, введенного пользователем, в изображение. Теперь данное приложение автоматически преобразует текст в видеоролик на основе текстового запроса, введенного пользователем [24, с. 93].

Появление инструментов ИИ позволяет делать содержание аккаунтов социальных сетей более красочным, высокопрофессиональным по качеству и доступным с точки зрения производства. Например, пользователи используют ИИ для создания коротких веб-сериалов, для съемок которых раньше требовалась команда профессионалов, финансовая поддержка, арендованные локации и др. (рис. 3). Сейчас применение генеративного ИИ помогает не только написать сценарий веб-сериала, но и также, используя функцию преобразования текста в видеоролик, в домашних условиях пройти полный процесс его производства. Согласно статистике на китайской социальной платформе *Kuaishou* короткие видеоролики имеют 400 млн ежедневных просмотров. В 2023 г. в Китае 270 млн пользователей смотрели короткие веб-сериалы ежедневно. Более 100 тыс. человек в Китае с помощью генеративного ИИ создают контент коротких веб-сериалов, более 300 короткометражных автоматизированно созданных онлайн-драм имеют свыше 100 млн трансляций⁸.



Рис. 3. Короткие веб-сериалы, созданные генеративным ИИ на платформе *Douyin*

Fig. 3. Short web series created by generative AI on the *Douyin* platform

Заключение

Китай, как один из мировых лидеров в области развития и внедрения автоматизированных технологий, имеет существенные достижения в примене-

нии ИИ в медиаиндустрии. Процесс использования ИИ в китайской журналистике условно разделяют на три этапа, при этом существенную роль играет

⁸AI из Douyin и Kuaishou как может стать новым каналом [Электронный ресурс] // Baidu. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1805456917401547703&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 09.10.2024) (на кит.).

появление чат-бота *ChatGPT* и инструмента генеративного ИИ *Sora*. Большинство китайских медиаисследователей выделяют четыре модели производства медиаконтента (OGC, PGC, UGC и AIGC). Внедрение автоматизированных технологий в процесс создания контента китайских традиционных СМИ и контента для их социальных сетей влечет та-

кие позитивные изменения, как обогащение возможностей медиапроизводства, предоставление пользователям персонализированных новостей, более точное определение их новостных предпочтений и предпочтений в частной подписке, создание профессионального по качеству и доступного с точки зрения производства контента для социальных сетей.

Библиографические ссылки

1. Шабуров АС, Шерпаев ВИ, Сошникова ИВ. О месте цифровизации и искусственного интеллекта в развитии российского общества. *Известия Уральского государственного университета. Серия 1, Проблемы образования, науки и культуры*. 2024;30(2):164–175. DOI: 10.15826/izv1.2024.30.2.036.
2. Крашенинникова МА, Барабанова АА. Автоматизированный текст в современной российской медиапрактике. *Меди@льманах*. 2022;5:56–62. DOI: 10.30547/mediaalmanah.5.2022.5662.
3. Шестерин НО. Искусственный интеллект и проблема приоритизации медиаконтента. *Ученые записки Новгородского государственного университета*. 2023;5(50):402–409. DOI: 10.34680/2411-7951.2023.5(50).402-409.
4. Чертовских ОО, Чертовских МГ. Искусственный интеллект на службе современной журналистики: история, факты и перспективы развития. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2019;8(3):555–568. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).555-568.
5. Лукина ММ, Замков АВ, Крашенинникова МА, Кульчицкая ДЮ. Искусственный интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2022;11(4):680–694. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(4).680-694.
6. Морозова АА. Искусственный интеллект в массмедиа: проблемы и тренды в отечественных гуманитарных изданиях. В: Федотова НА, редактор. *Журналистика – Медиалогия – Наставничество. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 95-летию профессора Б. В. Стрельцова и 100-летию Белорусского государственного университета; 1 марта 2021 г.; Минск, Беларусь*. Минск: БГУ; 2021. с. 24–253.
7. Степанова АЮ. Потенциал нейросетевых технологий в медиаиндустрии. В: Бяляеў АВ, редактор. *Журналістыка-2023: стан, праблемы і перспектывы. Матэрыялы 25-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі; 22 лістапада 2023 г.; Мінск, Беларусь*. Мінск: БДУ; 2023. с. 82–84.
8. Выходец РС. Стратегия Китая в области искусственного интеллекта. *Евразийская интеграция: экономика, право, политика*. 2022;16(2):140–147. DOI: 10.22394/2073-2929-2022-02-140-147.
9. Юй Синьцзюнь. Внедрение систем искусственного интеллекта в медиаиндустрию КНР (этапы междисциплинарного проекта). В: Собисевич АВ, редактор. *Материалы Международной конференции Российского национального комитета по истории и философии науки и техники РАН, посвященной 90-летию Института истории естествознания и техники имени С. И. Вавилова РАН; 28 марта – 1 апреля 2022 г.; Москва, Россия*. Москва: Институт истории естествознания и техники имени С. И. Вавилова РАН; 2022. с. 486–489. EDN: GOIOOI.
10. 喻国明. *Sora*作为场景媒介:AI演进的强大升维与传播革命. 青年记者. 2024;4:47–51 = Юй Гуомин. *Sora* как сценарная среда: мощный подъем и коммуникационная революция для эволюции ИИ. *Молодой журналист*. 2024;4:47–51.
11. 张乐资. 从 OGC 到 AIGC: 媒体内容生产模式的变革与展望. 传播与版权. 2024;2:1–4 = Чжан Лэцзы. От OGC к AIGC: изменения и перспективы моделей производства медиаконтента. *Распространение и авторские права*. 2024;2:1–4.
12. 喻国明. 试析生成式AI对媒介内容生产的生态级革命. 辽宁大学学报(哲学社会科学版). 2024;3:1–11 = Юй Гуомин. Экологическая революция генеративного ИИ для производства медиаконтента. *Журнал Ляонинского университета: издание по философии и социальным наукам*. 2024;3:1–11.
13. 龙家庆. 面向内容质量控制的档案知识生产研究 – 基于OGC, PGC和UGC机制的比较. 学术园地. 2024;7:28–33 = Лонг Цзяцин. Исследование производства архивных знаний, ориентированное на контроль качества контента – сравнение на основе механизмов OGC, PGC и UGC. *Академический уголок*. 2024;7:28–33.
14. 曾晓. ChatGPT 新思考: AIGC 模式下新闻内容生产的机遇, 挑战及规制策略. 出版广角. 2023;7:57–61 = Цзэн Сяо. ChatGPT: возможности, проблемы и стратегии регулирования производства новостного контента в рамках модели AIGC. *Перспективы издаельств*. 2023;7:57–61.
15. 胡泳. 互联网内容走向何方? 从 UGC, PGC 到业余专业化. 传媒观察. 2016;8:21–25 = Ху Юн. Куда движется интернет-контент? От UGC, PGC к любительской специализации. *Media Watch*. 2016;8:21–25.
16. 田元. 智识的协商: PUGC视频社区知识类作者的产能生产. 新闻界. 2021;2:75–84 = Тянь Юань. Переговоры об интеллекте: емкое производство авторов, основанных на знаниях, в видеообществах PUGC. *Сфера журналистики*. 2021;2:75–84.
17. Шаткин МА. Социально-философские аспекты развития генеративного искусственного интеллекта. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*. 2023;23(4):414–418. DOI: 10.18500/1819-7671-2023-23-4-414-418.
18. Константинова ЛВ, Ворожихин ВВ, Петров АМ, Титова ЕС, Штыхно Да. Генеративный искусственный интеллект в образовании: дискуссии и прогнозы. *Открытое образование*. 2023;27(2):36–48. DOI: 10.21686/1818-4243-2023-2-36-48.
19. 方明伟. 论生成式人工智能在媒体领域的应用及挑战. 传媒评论. 2024;6:69–70 = Фан Мингвей. О применении и задачах генеративного искусственного интеллекта в медиасфере. *Медиаобзор*. 2024;6:69–70.
20. 公慧. 广播电视领域人工智能技术应用观察. 前沿. 2023;6:69–71 = Гун Хуэй. Наблюдения за применением технологии искусственного интеллекта в области радиовещания и телевидения. *The Front*. 2023;6:69–71.

21. 孙蕾蕾. 视频生成模型在试听内容生产中的研发与应用 – 以央视试听媒体大模型为例. 全媒体探索. 2024;6:8–11 = Сунь Лейлей. Разработка и применение модели генерации видеороликов в производстве контента для прослушивания – на примере модели CCTV audition media big. *All Media Exploration*. 2024;6:8–11.

22. 蒋生元, 周宇博, 全会. 抢抓人工智能战略机遇赋能文化产业和国际传播 – 中央广播电视台总台关于生成式人工智能技术等研发应用. 技艺空间. 2024;2:80–82 = Цзян Шэнъюань, Чжоу Юбо, Хуэй Куан. Использование стратегической возможности искусственного интеллекта для расширения возможностей культурной индустрии и международной коммуникации – исследования и разработки CCTV по технологии генеративного искусственного интеллекта и другие приложения. *Техническое пространство*. 2024;2:80–82.

23. 彭兰. 生成式人工智能技术驱动传媒业再变革. 南方传媒研究. 2024;6:5–13 = Пэн Лань. Генеративные технологии искусственного интеллекта способствуют ретрансформации медиаиндустрии. *Southern Media Research*. 2024;6:5–13.

24. 王飞. «智能编辑人»: 生成式人工智能对编辑角色的认知重塑. 编辑之友. 2024;8:92–98 = Ван Фэй. «Интеллектуальный человек редакции»: генеративный ИИ когнитивно перстраивает роль редактора. *Друг редактора*. 2024;8:92–98.

Статья поступила в редколлегию 12.12.2024.
Received by the editorial board 12.12.2024.