

# АЛГОРИТМИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАПЛАТФОРМЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

Конспект встречи создан при помощи  
искусственного интеллекта и Яндекс Телемоста

ЦИГТР × Яндекс 360

20 МАЯ 2026



## МОДЕРАТОР

Капранов Олег, Руководитель проекта Технологии, Российская газета

## УЧАСТНИКИ

- Елена Березина, Член ОС при Роскомнадзоре, первый заместитель главного редактора, РГ Медиа
- Иванова Анна, Исполнительный директор портала «Рамблер»
- Дмитрий Ушаков, Исполнительный директор «Россия Сегодня»
- Роман Хазеев, Директор по развитию цифровых технологий, ПАО Ростелеком
- Валерий Сидоренко, Член ОС при Минцифры России, Генеральный директор «Интерiuм»
- Зотова Ирина, Директор по маркетингу и внешним коммуникациям, NtechLab
- Степан Суздальцев, Генеральный директор, Бюро стратегических исследований Ясень

**Сессия объединила лидеров медиаиндустрии, маркетологов и технологических компаний для обсуждения влияния искусственного интеллекта на журналистику и маркетинг. Участники разобрали ключевые проблемы внедрения алгоритмов, от юридических рисков до изменения потребительских привычек, и обсудили новые бизнес-модели в условиях цифровизации. Главный вывод встречи: автоматизация не заменяет человека, а трансформирует его роль, требуя новых навыков и этического контроля.**

**Капранов Олег (Российская газета)** начинает дискуссию с обзора главных болей отрасли: неопределенности законодательства и ответственности за контент. «Наша роль производителя контента до сих пор четко не прописана... мы за свой контент несем ответственность, а алгоритмы непрозрачны и меняются мгновенно», — отмечает спикер. Он подчеркивает, что медиа вынуждены контролировать повестку, так как алгоритмы могут скрывать важные события, и настаивает на сохранении роли редакции как главного фильтра информации.

**Иванова Анна (Рамблер)** делится опытом внедрения мультиагентных систем в редакцию. «Внедрение мультиагентных систем — это первый шаг к более качественному контенту, потому что у редактора освобождается время для экспертных комментариев и креатива», — утверждает она. Спикер описывает процесс преодоления сопротивления сотрудников: от страха перед технологиями до необходимости обучения редакторов работе с синтетическими пользователями для мгновенной обратной связи по качеству текстов.

**Дмитрий Ушаков (Россия Сегодня)** выступает и приводит статистику роста спроса на ИИ-решения в медиа. «С 2024 года начался лавинообразный рост запросов от всех редакций... мы находимся с огромным техническим долгом и не успеваем реализовывать все хотелки», — рассказывает он. В качестве примера эффективности приводит кейс китайской компании, где количество ИИ-агентов выросло с 26 до 50 тысяч, что позволило кратнократно увеличить выпуск новостей без сокращения штата, освободив людей от рутины.

Своим опытом делится **Роман Хазеев (Ростелеком)**, предлагая трехуровневую модель взаимодействия человека с нейросетью. «Чем удобнее инструмент, тем больше напрашивается желание все ему делегировать... но заставить человека быть лидером невозможно, это история, заложенная в подход», — считает спикер. Он объясняет, что на первом уровне (промт) контроль теряется, на втором (последовательность тезисов) он сохраняется, а на третьем (ролевые модели) человек использует ИИ как оппонента или советника, оставляя за собой принятие решений.

Далее слово берет **Валерий Сидоренко (Интерлум)**, прогнозирующий радикальную смену модели потребления информации. «В ближайшие 5–7 лет общество будет состоять из миллиарда индивидуальных информационных пузырей... никакой общей повестки просто не будет», — уверен он. Спикер предупреждает, что медиа должны перестроиться, чтобы адаптировать контент под персонализированные маршруты, где алгоритмы и нейросети будут доставлять точечную информацию в удобном формате, делая традиционные ленты устаревшими.

**Иванова Анна (Рамблер)** дополняет картину, утверждая, что полной замены не произойдет из-за потребности пользователей в «дофамине» и чтении длинных текстов. «У нас по лонгридам дочитываемость 60%... есть устойчивый сегмент пользователей, которым нужно читать и смотреть, это не только 55+», — приводит она факты. Спикер считает, что будущее за миксом форматов: диалоговые системы для информации и качественный контент для тех, кто хочет погружения, при этом нишевость останется неизменной частью медиарынка.

**Зотова Ирина (NtechLab)** демонстрирует практическое применение компьютерного зрения и видеоаналитики для журналистских расследований. «Нейросети определили с достоверностью 99,5%, что на фото разные люди, это заняло секунды», — приводит она пример из практики. Спикер объясняет, что технологии позволяют мгновенно анализировать огромные архивы, искать людей по изображениям и проверять факты, освобождая журналистов от рутины и позволяя сосредоточиться на создании осмысленного контента.

Завершает дискуссию **Степан Суздальцев (Ясень)**, обсуждая влияние нейрослов на пиар и донесение смыслов. «Наша задача — достичь целевой аудитории теми способами, которые возможны. Чем дальше, тем больше сознание каждого человека будет

фрагментироваться», — резюмирует он. Спикер отмечает, что гиперперсонализация неизбежна, и медиа должны адаптироваться к реальности, где каждый пользователь живет в своем информационном пузыре, требуя контента, специально созданного под его интересы и паттерны поведения.