

Подход к использованию нейросетей музыкальными телеканалами на цифровых площадках (на примере телеканала МУЗ-ТВ)

Научный руководитель – Нечипоренко Ким Андреевич

Фролова Е.С.¹, Врублевская И.К.²

1 - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет креативных индустрий, Москва, Россия, *E-mail: 3048851@mail.ru*; 2 - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет креативных индустрий, Москва, Россия, *E-mail: i.vrub@mail.ru*

В современной медиасреде искусственный интеллект используют все чаще с целью удержать внимание цифровой аудитории. Как отмечал Р. А. Борецкий, телевидение следует рассматривать не только как набор технологий, но и как сложный социальный институт, выполняющий важные общественные функции [1]. Сегодня, в эпоху цифровизации, эти функции претерпевают трансформацию под влиянием новых инструментов, включая нейросети. Как отмечает С.В. Гуськова, внедрение ИИ в работу журналиста и медиаменеджера сопряжено с рядом противоречий, однако прогнозируется его растущая роль в производстве контента [4]. Российский федеральный музыкальный телеканал МУЗ-ТВ, позиционирующий себя как главный музыкальный канал страны и являющийся флагманом музыкальной телевизионной повестки, представляет собой показательный пример стратегического подхода к адаптации нейросетевых технологий, стремясь соответствовать вызовам эпохи неопределенности, о которых пишут Е.Л. Вартанова и Д.В. Дунас [3].

В работе был привлечен эмпирический материал на основе комплексного анализа цифровых площадок телеканала МУЗ-ТВ в период с сентября 2023 года по декабрь 2025 года. Всего было опубликовано 762 поста с использованием ИИ.

При анализе разных показателей вовлеченности аудитории было выявлено, что публикации с ИИ получают больший отклик от подписчиков. Это согласуется с тезисом Т.И. Фроловой о необходимости поиска новых форм диалога с аудиторией в современной журналистике [9]. Так, на постах, созданных с помощью нейросетей, в среднем на 36% больше реакций, комментариев – на 17% больше. Количество просмотров также незначительно увеличилось – на 7%. Эти данные свидетельствуют о потенциале технологии для углубления телевизионного общения, которое, по мысли С.А. Муратова, не ограничивается эфиром, а выходит в цифровое пространство [7].

В ходе исследования удалось выявить, что практика телеканала выходит за рамки временного тренда и превращается в модель устойчивой интеграции нейросетей в производство контента и коммуникацию с аудиторией. Основу подхода составляет диверсифицированное применение технологий ИИ на различных цифровых площадках телеканала. Такой подход подтверждает наблюдения А.В. Вырковского и М.И. Макеенко о том, что телеканалы вынуждены адаптироваться к цифровой эпохе, экспериментируя с форматами [2].

Проект «Нейрокаверы», вышедший на YouTube-канале МУЗ-ТВ, стал примером масштабного тестирования технологии для создания музыкального продукта. Программа исследовала потенциал нейросетей для генерации музыкальных каверов. Цель заключалась не в замещении живых артистов, что перекликается с деонтологическими проблемами, поднятыми И.А. Панкеевым [8], а в использовании ИИ как инструмента для расширения форматов и генерации дискуссий. За период с апреля по декабрь 2024 года было выпущено три эпизода шоу, средние показатели просмотров которых (около 8 тысяч просмотров на одном видео) существенно уступали медианным значениям для YouTube-канала МУЗ-ТВ

(примерно 40 тысяч просмотров). Шоу «Нейрокаверы» не стало постоянным форматом, что подтверждает мысль Г.В. Кузнецова о важности поиска, но и неизбежности ошибок в творческом процессе телевидения [6].

В социальных сетях МУЗ-ТВ инструменты ИИ активно применяются для создания и редактирования визуального контента. Первая публикация с фотографиями артистов, сгенерированная нейросетью, появилась 30 сентября 2023 года. Канал последовательно осваивает более сложные форматы и продолжает активно внедрять ИИ в свои социальные сети. Показательными примерами стали продвижение шоу «Битва поколений», когда публиковались нейротреки из комментариев подписчиков в стиле творчества артиста-участника выпуска, а также запуск в ноябре 2025 года игровой рубрики, где артисты угадывают тексты песен своих коллег, адаптированные нейросетью на молодежный сленг. Все это свидетельствует о том, что в социальных сетях телеканала применение технологий ИИ приобрело характер системной и эволюционирующей практики, направленной на повышение вовлеченности аудитории и диверсификацию контента. Как справедливо замечает С.Н. Ильченко, реальность использования искусственного интеллекта в медиа зачастую оказывается сложнее и многограннее первоначальных прогнозов [5].

Таким образом, подход телеканала МУЗ-ТВ к использованию нейросетей характеризуется переходом к устойчивой интеграции в производственный цикл, где ИИ становится неотъемлемым элементом цифрового производства и коммуникационной стратегии. В этой модели ИИ выполняет функции генератора экспериментального и развлекательного контента (нейрокаверы, креативы для соцсетей). Это позволяет каналу не только оптимизировать производство, но и позиционировать себя как инновационного участника рынка. Данная стратегия соответствует глобальному тренду, описанному С. Beckett, который подчеркивает появление новых обязанностей у журналистики в эпоху обретения технологиями ИИ новых полномочий [10]. В результате МУЗ-ТВ активно формирует публичную дискуссию о будущем музыкальной индустрии в эпоху развития искусственного интеллекта.

Источники и литература

- 1) Борецкий Р. А. Телевидение как социальная технология и социальный институт. М., 2005.
- 2) Вьрковский А. В., Макеенко М. И. Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи. М., 2014.
- 3) Вартанова Е.Л., Дунас Д.В. Российская медиасистема в начале 2020 гг.: вызовы эпохи неопределенности // Меди@льманах. 2022. №6 (113). С. 8-17.
- 4) Гуськова С.В. Искусственный интеллект в работе журналиста: противоречия и прогнозы. // Материалы международной научно-практической конференции 05-06 февраля 2024 года. М., 2024. С. 9-10.
- 5) Ильченко С.Н. Искусственный интеллект: реальность вымысла. [Электронный ресурс]. URL: https://smif.spbu.ru/images/2024-thesis/Ichenko_Ichenko_AAM.docx (дата обращения: 28.02.2026).
- 6) Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. М., 2004.
- 7) Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 2003.
- 8) Панкеев И.А. Деонтология журналистики и искусственный интеллект. М., 2024.
- 9) Фролова Т. И. Социальная журналистика: двадцать лет спустя. Вестник МГУ. Серия 10. 2023. № 6.

- 10) Beckett C. New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence. London School of Economics, 2019.