Научная статья
УДК 316.77 + 004.8
DOI 10.47475/2949-3390-2025-5-1-147-154

НЕЙРОСЕТИ КАК ФАКТОР РОСТА ДОХОДОВ МЕДИАФРИЛАНСЕРОВ

Ольга Сергеевна Мухина[1], Владимир Фёдорович Олешко[2]
[1, 2] Уральский федеральный университет, Екатеринбург, Россия
[1] olga.mukhina@urfu.ru, https://orcid.org/0000-0001-8791-6086, SPIN-код: 9151-6887
[2] vladimir.oleshko@urfu.ru, https://orcid.org/0000-0003-3001-7391, SPIN-код: 3113-8337

Аннотация. Искусственный интеллект активно внедряется во многие сферы нашей действительности, в том числе в медиа. Всё больше журналистов используют в работе нейросети и даже полностью заменяют ими часть повседневных задач. Однако чаще данные навыки осваивают медиафрилансеры, поскольку ускорение работы увеличивает их личный доход, а не издания. Первыми в ведение нейросетей переходят такие простые задачи, как рерайт. Часть журналистов уже полностью отказались и от использования фотобанков, заменив их на генерацию иллюстраций. В рамках настоящего исследования проведён анализ одного из наиболее популярных сайтов вакансий – HeadHunter. Результаты демонстрируют, что в сфере медиафриланса умение работать с нейросетями более востребовано, чем в офисах редакций, а доход внештатных авторов, получивших такие навыки, увеличивается.

Ключевые слова: искусственный интеллект, ИИ, нейросеть, нейросети, фриланс, медиафриланс, внештатный журналист

Для цитирования: Мухина О. С., Олешко В. Ф. Нейросети как фактор роста доходов медиафрилансеров // Динамика медиасистем. 2025. Том 5, Вып. 1. С. 147–154. doi: 10.47475/2949-3390-2025-5-1-147-154

Original article

NEURAL NETWORKS AS A FACTOR IN INCOME GROWTH FOR FREELANCE JOURNALISTS

Olga S. Mukhina[1], Vladimir F. Oleshko[2]
[1, 2] Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia
[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. Artificial intelligence is actively being integrated into many areas of our lives, including the media. More and more journalists are using neural networks in their work, and some are even fully replacing certain daily tasks with them. However, these skills are more frequently adopted by freelance journalists, as increased efficiency boosts their personal income rather than benefiting the media outlets directly. Simple tasks like rewriting are the first to be handled by neural networks. Some journalists have also completely abandoned photo banks in favor of AI-generated illustrations. This study analyzes one of the most popular job sites, HeadHunter. The results demonstrate that the ability to work with neural networks is more sought after in media freelancing than in newsrooms, and the income of freelance journalists with these skills is increasing.

Key words: artificial intelligence, AI, neural network, neural networks, freelance, freelance journalism, freelance journalist

For citation: Mukhina O. S., Oleshko V. F. (2025). Neural networks as a factor in income growth for freelance journalists. *Dynamics of Media Systems*, Vol. 5, Issue 1: 147–154. doi: 10.47475/2949-3390-2025-5-1-147-154 (In Russ).

Цифровизация в целом и особенно искусственный интеллект (ИИ) стремительно трансформируют сферу медиа и подход к созданию контента. Современные технологические трансформации создают потребность в перманентном совершенствовании компетенций и быстрой адаптации к новым

условиям (Дугин 2024). Специалисты используют нейросети как в средствах массовой информации, так и в смежных видах деятельности – при работе в социальных сетях, в рекламе или PR (Яблонских 2024). Это, конечно, сопряжено и с множеством этических дилемм (Алексеев, Алексеева 2024), и с вопросами о возможности искусственного интеллекта составить конкуренцию человеку (Распопова 2024; Носова 2023).

Появляются и новые профессии, появление которых невозможно было предсказать ещё в 2022 году. В рамках преподавательской, исследовательской и журналистской работы мы дважды в неделю проводим анализ рынка вакансий в сфере медиа. Начиная с 2023 года, появляются такие профессии, как AI-тренер (должность, на которую обычно принимают журналистов и филологов), нейроредактор, промт-инженер, AI-SEO-специалист и др. Подобных вакансий пока не так много, но сам факт их появления свидетельствует о том, что искусственный интеллект занимает прочные позиции в нашей действительности.

При этом, как показали наши последние исследования, чаще всего работой с нейросетями занимаются фрилансеры. Так, например, уже 18 % медиафрилансеров полностью отказались от рерайта в пользу нейросетей, а 8 % – от фотобанков в пользу генерации иллюстраций. Если говорить о штатных журналистах, то по обоим направлениям таковых пока 3 %. При этом (особенно после пандемии COVID-19) фрилансеры становятся всё более заметной частью редакционного коллектива, а издания всё чаще полагаются на внештатных авторов (Norbäck 2022; Josephi, O’Donnell 2022).

Мы провели анализ рынка вакансий 10 февраля 2025 года, воспользовавшись расширенным поиском популярного сайта вакансий HeadHunter.

Мы указали следующие ключевые слова (в названии или описании вакансии): ««искусственный интеллект» OR нейросеть OR ChatGPT OR «Chat GPT» OR «ЧатГПТ» OR «Чат ГПТ» OR Midjourney OR Миджони OR «Stable Diffusion» OR Leonardo OR Леонардо OR Шедеврум OR «Dream by Wombo» OR ArtGeneration OR «Art Generation» OR «Bing Image Creator» OR Starryai OR «Starry ai» OR DeepAI OR «Deep AI» OR YandexGPT OR

«Yandex GPT» OR «ЯндексГПТ» OR «Яндекс ГПТ» OR Gemini OR Perplexity OR GigaChat OR «Giga Chat» OR Ghostwriter OR Гострайтер OR MaxText OR «Max Text» OR DeepSeek OR «Deep Seek» OR «DALL-E» OR DALLE OR Suno OR HeyGen OR «Hey Gen» OR Invideo».

Данные слова мы выбрали не случайно: именно этот список нейросетей мы составили по итогам предыдущих исследований, когда опрашивали практикующих журналистов, штатных и внештатных, о том, какими нейросетями они пользуются в работе. Разумеется, возможна погрешность: работодатель мог указать другую нейросеть, или написать её название с ошибкой, или, к примеру, указать, что «работать с нейросетями запрещается». Однако, исходя из нашего регулярного анализа данного сайта традиционными методами, рискнём предположить, что эта погрешность несущественна.

Мы также выбрали специализацию «Журналист, корреспондент» и «Копирайтер, редактор, корректор» и график – удалённая работа.

Система выдала нам 165 вакансий. Почти все (164) относятся ко второй специализации, что подтверждает и наши предыдущие исследования, а именно тот факт, что современные медиафрилансеры чаще используют другие самоназвания профессии, нежели «журналист»: вариант «копирайтер» сегодня намного более популярен.

Из найденных вакансий в 113 случаев указан доход. Абсолютное большинство (70,8 %) специалистов данной сферы зарабатывают в диапазоне от 85 до 105 тысяч рублей в месяц (80 вакансий). Иные суммы представляют собой незначительные проценты в общей выборке.

Если убрать выбор только удалённых вакансий, расширив поиск до офисных должностей, то система выдаёт 211 вариантов. Таким образом, 78 % вакансий на рынке медиа, требующих работать с искусственным интеллектом, предполагают удалённую занятость. Однако добавим, что именно в офисе таких специалистов немного чаще называют журналистами: таковых вакансий уже семь (против одной при дистанционной работе).

В обоих вариантах примерно половина соискателей должна иметь опыт работы от 1 до 3 лет, и половина – от 3 до 6 лет. Но

доход офисных специалистов совершенно непредсказуем. Во-первых, только в 26 офисных вакансиях указан доход – невозможно делать выводы на столь небольшой выборке. Во-вторых, цифры заработной платы равномерно распределены по суммам от 20 до более 130 тысяч рублей ежемесячно. Таким образом, доход офисного журналиста, вероятно, зависит не от навыков работы с ИИ, да и востребованность этого навыка при офисной работе в редакции пока невысокая.

Сравним с ситуацией в медиасфере в целом, безотносительно искусственного интеллекта. После того, как мы удалили и ключевые слова тоже, система обнаружила 2 096 вакансий, в 1 220 из них указан доход, распределённый следующим образом:

– менее 30 000 ₽: 28 вакансий (2,30 %);
– 30 000–64 999 ₽: 367 вакансий (30,08 %);
– 65 000–99 999 ₽: 527 вакансий (43,19 %);
– 100 000–129 999 ₽: 181 вакансия (14,84 %);
– 130 000–164 999 ₽: 85 вакансий (6,97 %);
– 165 000 ₽ и выше: 32 вакансии (2,62 %).

Таким образом, большинство журналистов (43 %) зарабатывают от 65 до 100 тысяч рублей ежемесячно. Треть – меньше (30–65 тыс. руб.).

Ограничив эту выборку только удалённой работой, мы получили 858 вакансий (40,93 % из общего числа вакансий в медиа):

– 10 000–44 999 ₽: 49 (9,40 %);
– 45 000–74 999 ₽: 129 (24,76 %);
– 75 000–109 999 ₽: 267 (51,25 %);
– 110 000–139 999 ₽: 41 (7,87 %);
– 140 000–174 999 ₽: 20 (3,84 %);
– 175 000 ₽ и выше: 15 (2,88 %).

Таким образом, чуть больше половины медиафрилансеров зарабатывают в диапазоне от 75 до 110 тысяч рублей. Каждый четвёртый – от 45 до 75 тысяч.

Из всего вышесказанного сделаем некоторые выводы. Разумеется, следует оговориться, что исследование носит пилотный характер и имеет ряд ограничений, связанных с автоматизацией поиска. Вместе с тем, можно отметить, что навыки работы с искусственным интеллектом пока требуются

меньшинству среди медиаспециалистов в целом: 10 %. А вот если взять только удалённый формат занятости, то каждому пятому медиафрилансеру (19,23 %) надо уметь работать с нейросетями. Но и уровень дохода у них повышается в результате получения подобных навыков: 70 % зарабатывают 85–105 тыс. руб., в то время как почти то же количество (76 %) специалистов в целом на рынке медиафриланса имеют доход в диапазоне 45–110 тыс. руб.

Таким образом, настоящее исследование в очередной раз подтвердило наши предыдущие результаты. Медиафрилансеры пока чаще офисных коллег работают с нейросетями. На наш взгляд, это объясняется тем, что они лично заинтересованы в ускорении работы (это увеличивает их собственный доход, а не издания), что влечёт востребованность в различных курсах и самообразовании, то есть фрилансер, получив первый неидеальный результат при генерации в нейросети, будет с большей вероятностью учиться работать с ИИ, чем штатные журналисты. Кроме того, не все СМИ позволяют сотрудникам работать с нейросетями (часто, например, отрицают такую возможность телеканалы, деловые издания и местные СМИ). Для штатного журналиста это означает абсолютный запрет, а фрилансер может предложить свою работу любому изданию, в том числе тому, которое разрешает применять искусственный интеллект.

Существует, как показало наше пилотное исследование, и финансовая мотивация для медиафрилансеров освоить нейросети, поскольку доход большинства их них при этом гарантированно приблизится к достаточно высокой планке, действующей сегодня на рынке.

Список источников

Алексеев А. П., Алексеева И. Ю. Статус этических кодексов в этике искусственного интеллекта // Информационное общество. 2024. № 4. С. 43–49. DOI https://doi.org/10.52605/16059921_2024_04_43.

Дугин Е. Я. Трансформация медиакоммуникации под воздействием цифровых технологий: теоретико-методологический аспект // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 5. С. 140–151. DOI https://doi.org/10.55959/

msu.vestnik.journ.5.2024.140151.

Носова К. А. Нейросети и искусственный интеллект: инструмент или замена? Взгляд из сферы искусства // Уральский научный вестник. 2023. Т. 9. № 9. С. 284–288.

Распопова С. С. Журналистское творчество в эпоху нейросетей // Неофилология. 2024. Т. 10. № 2. С. 442–451. DOI https://doi.org/10.20310/2587-6953-2024-10-2-442-451.

Яблонских А. В. Влияние искусственного интеллекта на работу специалистов по коммуникациям // Социально-гуманитарное обозрение. 2024. № 1. С. 22–27.

Josephi B., O'Donnell P. The blurring line between freelance journalists and self-employed media workers // Journalism. 2022. DOI https://doi.org/10.1177/14648849221086806.

Norbäck M. Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work // Journalism Studies. 2022. DOI https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2073257.

References

Alekseev, A. P. & Alekseeva, I. Yu. (2024). Status eticheskih kodeksov v etike iskusstvennogo intellekta [The status of ethical codes in the ethics of artificial intelligence]. *Informacionnoe obshchestvo,* 4, 43–49. DOI https://doi.org/10.52605/16059921_2024_04_43. (In Russ).

Dugin, E. Ya. (2024). Transformatsiya mediakommunikatsii pod vozdeystviem tsifrovykh tekhnologiy: teoretiko-metodologicheskiy aspekt [Transformation of media communication under the influence of digital technologies: theoretical and methodological aspect]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 5, 140–151. DOI https://doi.org/10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.140151. (In Russ).

Nosova, K. A. (2023). Nejroseti i iskusstvennyj intellekt: instrument ili zamena? Vzglyad iz sfery iskusstva [Neural networks and artificial intelligence: a tool or a substitute? A view from the field of art]. *Ural'skij nauchnyj vestnik*, 9 (9), 284–288. (In Russ).

Raspopova, S. S. (2024). Zhurnalistskoe tvorchestvo v epohu nejrosetej [Journalistic creativity in the age of neural networks]. *Neofilologiya*, 10 (2), 442–451. DOI https://doi.org/10.20310/2587-

6953-2024-10-2-442-451. (In Russ).

Yablonskih, A. V. (2024). Vliyanie iskusstvennogo intellekta na rabotu specialistov po kommunikaciyam [The impact of artificial intelligence on the work of communications specialists]. *Social'no-gumanitarnoe obozrenie*, 1, 22–27. (In Russ).

Josephi, B. & O'Donnell, P. (2022). The blurring line between freelance journalists and self-employed media workers. *Journalism*. DOI https://doi.org/10.1177/14648849221086806.

Norbäck, M. (2022). Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work. *Journalism Studies*. DOI https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2073257.

Информация об авторах

О. С. Мухина – кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий, департамент «Факультет журналистики»

В. Ф. Олешко – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий, департамент «Факультет журналистики»

Information about the authors

Olga S. Mukhina – PhD in Philology, Associate professor of the Department of Periodical Press and Online Media, Journalism Department

Vladimir F. Oleshko – Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Department of Periodical Press and Online Media, Journalism Department

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declares no conflicts of interests.

Вклад авторов: авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.