

*Иванов Матвей Григорьевич аспирант*

*1 курс, Институт международного права и экономики им. А.С.*

*Грибоедова,*

*Россия, г. Москва*

## **ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЦИИ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОТРАСЛЕВЫЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ**

***Аннотация:** Статья посвящена изучению того, как генеративные нейросетевые системы меняют устройство бизнес-процессов в творческих отраслях – на производственном, дистрибуционном и управленческом уровнях. На основе материалов международных аналитических структур и российских исследовательских организаций за период 2020–2025 гг. охарактеризованы пути интеграции ИИ в цепочки создания творческого продукта, зафиксированы сдвиги в доходной базе участников рынка, выявлены препятствия для адаптации. Отдельно рассматривается вопрос об экономической природе компенсационных механизмов – с точки зрения их практической применимости. Предложен комплекс мер регуляторного и организационного характера.*

***Ключевые слова:** искусственный интеллект, генеративный ИИ, креативные индустрии, цифровая трансформация, бизнес-процессы, авторское право, трансформация занятости.*

***Abstract:** This article examines how generative neural network systems are changing business processes in creative industries – at the production, distribution, and management levels. Based on data from international analytical institutions and Russian research organizations for the period 2020–2025, the article characterizes*

*the integration of AI into creative product value chains, documents shifts in the revenue base of market participants, and identifies barriers to adaptation. The economic nature of compensation mechanisms is specifically considered, in terms of their practical applicability. A set of regulatory and organizational measures is proposed.*

**Keywords:** *artificial intelligence, generative AI, creative industries, digital transformation, business processes, copyright, employment transformation.*

## **Введение**

Еще в 2022 году объем рынка генеративного ИИ применительно к одним только творческим отраслям оценивался в 1,7 млрд долл. К 2032 году та же цифра, по отраслевым прогнозам, превысит 21,6 млрд долл. при среднегодовом приросте около 29,6% [8]. Медиаотрасль оказалась в числе первых, где последствия этой экспансии проявились не в теоретических построениях, а в реальных трудовых контрактах и структуре доходов. Ни интернет-бум девяностых, ни волна мобильных платформ десятых не встраивались в производственные цепочки с такой скоростью.

Российский контекст добавляет специфику. Оценки доли креативного сектора в ВВП страны за 2023 год расходятся: данные Росстата указывают примерно на 3%, Агентство стратегических инициатив называло цифру до 5% [1]. Это отрасль, которую долгое время считали относительно защищенной от машинного замещения – именно потому, что творческий труд с трудом поддается формализации. Генеративные модели этот тезис поставили под серьезное сомнение.

Три обстоятельства делают проблему острой прямо сейчас. Скорость распространения технологии опережает темпы адаптации правовой среды. Потери участников рынка исчисляются миллиардами рублей. И наконец, компенсационных механизмов для авторов, чьи произведения вошли в обучающие датасеты, в России по-прежнему не создано.

Цель работы – выявить закономерности, по которым генеративный ИИ перестраивает бизнес-процессы в творческих секторах на всех трех уровнях, и обозначить направления регуляторного реагирования.

Эмпирическую базу составили данные Allied Market Research, Grand View Research, Smart Ranking, ВЦИОМ за 2020–2025 гг.

## **1. Теоретические основы цифровой трансформации креативных индустрий**

Само понятие «креативные индустрии» до сих пор не устоялось – и это не просто академическая дискуссия, а источник практических затруднений при сопоставлении данных из разных источников. В трактовке ЮНКТАД, получившей наибольшее распространение, к сектору относятся виды деятельности, базирующиеся на творческом капитале и способные генерировать доход через производство и реализацию интеллектуальной собственности: кино и музыка, изобразительное искусство, дизайн, архитектура, мода, реклама, программное обеспечение, издательское дело [4].

Цифровую трансформацию не стоит отождествлять с цифровизацией. Второе – это перевод аналоговых операций в электронный формат; классический пример – переход на электронный документооборот. Трансформация глубже по существу: меняется архитектура ценностной цепочки, перераспределяются роли участников, пересматривается логика монетизации. Инструменты – лишь внешняя, видимая часть этих изменений.

Генеративный ИИ представляет собой подкласс методов машинного обучения, позволяющий синтезировать новые объекты – текст, изображение, звук, видео – на основе статистических паттернов из обучающих данных. Его принципиальное отличие от «обычного» прикладного ИИ, ориентированного на классификацию и предсказание, состоит именно в том, что генеративные модели напрямую конкурируют с авторами за место в производственной цепочке.

Воздействие технологии на отраслевые процессы охватывает три уровня, разграничение которых принципиально для дальнейшего анализа.

Производственные процессы – то есть создание первичного контента – наиболее уязвимы: они включают формализуемые итерационные операции, именно здесь замещение происходит быстрее всего. Обвальное снижение предельных издержек производства контента – первый и наиболее очевидный эффект. Изображение, рекламный текст или музыкальный трек генерируются за секунды, а стоимость единицы продукта стремится к нулю. На практике это означает, что заказчики дизайнерских и рекламных материалов получают экономически рациональный стимул замещать людей автоматизированными решениями. Классическая схема «концепция – исполнение – постпродакшн» деформируется: значительная часть исполнительского звена переходит к ИИ, а человеческий труд смещается в сторону редактирования, верификации и курирования. Следствие – снижение спроса на исполнителей рутинных творческих задач при одновременном росте потребности в специалистах, умеющих корректно ставить задачу модели и критически оценивать результат.

Дистрибуционные процессы – распространение, лицензирование, монетизация – трансформируются через алгоритмическую персонализацию и механизмы динамического ценообразования. Рекомендательные системы стриминговых платформ определяют видимость произведения для конечного потребителя, а значит, прямо влияют на доходы правообладателей. Как следует из анализа источников, алгоритмы продвижения на Spotify, YouTube и их отечественных аналогах де-факто выполняют функцию редакционного отбора, которая прежде принадлежала кураторам и программным директорам. Динамическое ценообразование, уже применяемое рядом платформ, позволяет гибко варьировать стоимость лицензий в зависимости от прогнозируемого спроса – одновременно создавая риски недоплаты авторам, чьи произведения остаются за пределами алгоритмически «горячих» категорий.

Управленческие процессы – стратегическое планирование, коммуникации с аудиторией, брендинг – труднее всего поддаются

автоматизации. Тем не менее ИИ активно проникает в их аналитическое ядро. Прогнозирование трендов, мониторинг аудиторных реакций, потребительская сегментация – в этих областях генеративные и классические аналитические модели существенно сокращают трудозатраты. В реальных условиях это проявляется в том, что медиакомпании среднего размера получают доступ к аналитическому инструментарию, прежде доступному лишь крупным игрокам с выделенными исследовательскими подразделениями.

Еще одно следствие – снижение входного барьера для непрофессиональных участников. Приток таких игроков усиливает конкуренцию за потребительское внимание и перераспределяет доходы – не в пользу профессиональных авторов. Организации, чьи конкурентные преимущества сосредоточены именно на производственном уровне, при нынешней динамике несут максимальные риски.

## **2. Динамика рынка и масштаб трансформации**

Динамика объема рынка генеративного ИИ в сфере медиа и развлечений представлена в таблице 1.

*Таблица 1.*

### **Динамика объема рынка генеративного ИИ в сфере медиа и развлечений, 2022–2033 гг.**

Год	Объем рынка, млн долл.
2022	1 158,5
2023	1 412,7
2024	1 850,0
2025	2 430,0
2032 (прогноз)	11 570,0

Источник: [9].

Рынок удваивается примерно раз в три года. В 2023 году облачные решения обеспечили более 52,7% совокупного объема – это отражает приоритет масштабируемых и экономически доступных форматов развертывания для медиакомпаний.

Объем рынка генеративного ИИ в разбивке по сегментам представлен в таблице 2.

**Таблица 2.**

**Объем рынка генеративного ИИ в разбивке по сегментам, 2022–2024 гг.**

Сегмент	2022, млрд долл.	2023, млрд долл.	2024, млрд долл.
Глобальный рынок генеративного ИИ (все отрасли)	10,5	13,9	~18,5*
Генеративный ИИ в медиа и развлечениях	1,16	1,41	~1,85*
Генеративный ИИ в креативных индустриях (узкий сегмент)	1,7	~2,2*	~2,85*
Мировой рынок ИИ (широкий, все применения)	~140,0	~207,0	298,0

Источник: [6], [8].

Нишевый сегмент «креативных индустрий» растет в относительном выражении быстрее широкого рынка ИИ. Медiasектор адаптирует инструменты стремительнее традиционных отраслей – что само по себе усиливает давление на профессиональных авторов.

Выручка российского рынка ИИ-проектов в 2024 году составила 305 млрд руб. против 204,5 млрд руб. в 2023-м – прирост более чем в полтора раза [10]. На другом полюсе нарастают потери: к 2030 году авторы и правообладатели могут совокупно недосчитаться свыше 1 трлн рублей, а ежегодные потери уже приближаются к 250 млрд руб.

Распределение этих потерь неравномерно. ИТ и маркетинг несут наибольший абсолютный ущерб – там объем авторского заказа традиционно был высоким. Речь идет не об уничтожении секторов, а о переливе доходов из кармана авторов в прибыль технологических компаний.

**Таблица 3.**

**Прогнозная доля генеративного контента в профессиональных творческих нишах к 2030 г.**

Группа риска	Профессии	Прогнозная доля ИИ-контента к 2030 г., %
Высокий риск	Переводчики, журналисты, музыканты, композиторы	28–30
Умеренный риск	Художники, фотографы, актеры	9–12

Относительно устойчивые	Режиссеры, хореографы	до 9 (с 3,9% в 2025 г.)
-------------------------	-----------------------	-------------------------

Источник: составлено автором.

Под наибольшим давлением оказываются специальности, где результат поддается четкой текстовой или звуковой формализации. Режиссура и хореография требуют координации живых исполнителей и работы с физическими взаимодействиями – это пока дается моделям значительно хуже. Тренд замещения, однако, доберется и до этих профессий.

### **3. Проблемное поле: барьеры и деструктивные эффекты**

Центральная юридическая проблема сформулирована точно заместителем председателя ВЭБ.РФ Игорем Дроздовым: ИИ-системы тренируются на охраняемых произведениях без согласия авторов и без каких-либо выплат. Авторы де-факто субсидируют технологические компании – их интеллектуальный капитал превращается в источник коммерческой прибыли без механизмов долевого участия.

Действующее российское законодательство специальных норм для такого случая не предусматривает. В ГК РФ отсутствуют положения, прямо квалифицирующие машинное обучение как способ использования произведений, – и это порождает правовую неопределенность для всех сторон одновременно.

На российские нейросети приходится лишь 0,2% мирового трафика. Это структурная проблема, основная часть прибыли от замещения человеческого творческого труда уходит в другие юрисдикции, тогда как потери несут отечественные авторы.

Та же асимметрия воспроизводится внутри рынка. Бюджеты заказчиков на производство рекламных материалов не сокращаются – они перераспределяются: авторские гонорары уступают место подпискам на ИИ-платформы. ИТ-компании наращивают прибыль, вытесняя авторов с рынка посредством генеративного замещения их работ.

Опрос 100 крупнейших российских компаний, проведенный «Яков и партнеры» совместно с Яндексом, зафиксировал: свыше 40% организаций находятся в процессе внедрения ИИ-решений, однако генеративный ИИ применяют лишь 20% из них [5]. Данный разрыв наиболее характерен для предприятий среднего размера, составляющих большинство участников творческого рынка. Что особенно заметно при изучении ситуации в малых творческих организациях – дефицит не в самом доступе к инструментарию, а в компетенциях, необходимых для его встраивания в операционные модели.

Генеративные модели по природе тяготеют к усредненным паттернам – тем, что наиболее плотно представлены в обучающих выборках. Масштабное появление таких моделей на рынке создает риск конвергенции эстетических стандартов: массово производимый синтетический контент воспроизводит частотные визуальные и звуковые решения, постепенно вытесняя маргинальные, но культурно значимые форматы. В краткосрочной перспективе этот эффект почти не поддается количественному измерению – и именно поэтому вызывает наибольшую тревогу у специалистов в области культурной политики.

#### **4. Рекомендации по регулированию и адаптации**

Из числа обсуждаемых инструментов наиболее проработанным выглядит введение отчислений с коммерческой деятельности, связанной с применением генеративного ИИ. Механизм аналогичен действующим системам коллективного управления правами в музыкальной сфере: уполномоченные организации собирают и распределяют отчисления пропорционально документально подтвержденному использованию произведений.

Здесь скрыта фундаментальная экономическая проблема, которую нельзя обойти. Если модель обучалась на миллиардах изображений, текстов или музыкальных фрагментов, как установить «долю» конкретного автора в ее параметрах? Методологически корректного ответа ни в российской, ни в

зарубежной литературе пока не предложено. Без операциональной процедуры атрибуции любая система отчислений рискует распределять средства произвольно – что дискредитирует саму идею компенсации. Реализация механизма потребует как минимум трех условий: создания реестра произведений, вошедших в обучающие датасеты; разработки метода оценки вклада отдельного произведения в итоговую модель (это открытая задача в области интерпретируемости машинного обучения); и назначения органа с полномочиями верификации заявок. Опыт ЕС – Директива об авторском праве на едином цифровом рынке 2019 года – свидетельствует о том, что разграничение между некоммерческим исследовательским и коммерческим использованием охраняемых произведений принципиально осуществимо, однако требует детального технического регулирования на уровне подзаконных актов [2]. Первый случай может оставаться в пространстве свободного использования; второй должен сопровождаться лицензированием или иным компенсационным механизмом. Данное разграничение – необходимое, но недостаточное условие.

Сдерживать трансформацию структуры спроса на творческий труд бессмысленно. Минимизировать ее негативные последствия можно за счет опережающей переподготовки кадров – к ролям промпт-инженера, ИИ-куратора, редактора и верификатора синтетического контента. Программы должны разрабатываться с участием профессиональных творческих объединений: без отраслевой экспертизы они рискуют разойтись с реальными потребностями рынка.

Доля российских нейросетей в глобальном трафике – 0,2%. Сохранение этого положения означает нарастающую зависимость отечественного рынка от зарубежных платформ. Государственная поддержка разработки конкурентоспособных российских инструментов – не только технологический, но и экономический приоритет, она позволяет удерживать часть добавленной стоимости внутри национального рынка.

Прозрачность происхождения контента – обязательное условие честной конкуренции между авторским и синтетическим продуктом. Обязательная маркировка ИИ-сгенерированных материалов, по аналогии с нормами о рекламной разметке в цифровой среде, позволит потребителям осознанно формировать предпочтения.

### **Заключение**

Трансформация, которую генеративный ИИ производит в творческих секторах, необратима. Глобальный рынок этих технологий движется от 10,5 млрд долл. в 2022 году к 191,8 млрд долл. к 2032-му – и это тренд, уже подтвержденный несколькими годами фактических данных. Замедления не предвидится.

По расчетам ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, к 2030 году российский авторский рынок может лишиться свыше 1 трлн рублей – прежде всего за счет ИТ-сектора (542 млрд руб.) и маркетинговых коммуникаций (169,9 млрд руб.). Происходит перераспределение доходов и ролей: производственный уровень автоматизируется быстрее дистрибуционного и управленческого, однако давление нарастает по всей цепочке.

Авторы, способные сосредоточиться на задачах, требующих человеческого суждения – концептуализации, редактировании, курировании, – сохраняют конкурентоспособность. Те, чья деятельность сводится к итерационному исполнению, окажутся под наибольшим давлением.

У государства и профессиональных сообществ есть ограниченное временное окно для создания институциональной инфраструктуры: компенсационных фондов, правового регулирования машинного обучения, стандартов маркировки. Председатель РЦИС Андрей Кричевский сформулировал задачу точно: не останавливать прогресс, а создать рамки, которые позволят сохранить культурное разнообразие. На это и следует направить совместные усилия государства и отраслевого сообщества – и сделать это до того, как окно возможностей закроется.

### **Использованные источники:**

1. ВЦИОМ. Индустрия креатива: мониторинг [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/industrija-kreativa-monitoring> (дата обращения: 15.04.2026).
2. Директива Европейского парламента и Совета ЕС 2019/790 об авторском праве и смежных правах на едином цифровом рынке, 17 апреля 2019 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019L0790> (дата обращения: 15.04.2026).
3. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Ричард Флорида; [пер. с англ. А. Константинов]. – М.: Классика-XXI, 2011. – 419 с.
4. ЮНКТАД. Доклад о креативной экономике 2022. Креативность и инновации для устойчивого развития [Электронный ресурс]. – URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1\\_overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_overview_ru.pdf) (дата обращения: 15.04.2026).
5. Яков и партнеры, Яндекс. Искусственный интеллект в России в 2023 году: тренды и перспективы [Электронный ресурс]. – URL: <https://ict.moscow/analytics/iskusstvennyi-intellekt-v-rossii-v-2023-godu-trendy-i-perspektivy/> (дата обращения: 22.04.2026).
6. Allied Market Research. Generative AI in Creative Industries Market Size, 2022–2032 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/generative-ai-in-creative-industries-market-A320240> (дата обращения: 15.04.2026).
7. Grand View Research. Generative AI Market Size & Share Report, 2024–2033 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/generative-ai-market-report> (дата обращения: 05.05.2026).

8. Inclient.ru. Статистика искусственного интеллекта. 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://inclient.ru/ai-stats/> (дата обращения: 05.05.2026).

9. Market.us. Generative AI in Media and Entertainment Market Size, 2023–2032 [Электронный ресурс]. – URL: <https://market.us/report/generative-ai-in-media-and-entertainment-market/> (дата обращения: 05.05.2026).

10. Smart Ranking. Российский ИИ-рынок по итогам 2024 года превысит 300 млрд рублей [Электронный ресурс]. – URL: <https://smartranking.ru/ru/analytics/ai/rossijskij-ii-rynok-po-itogam-2024-goda-prevysit-300-mlrd-rublej/> (дата обращения: 20.04.2026).