

Научная статья

Research article

УДК 316.42:004.8

<https://doi.org/10.26907/2079-5912.2026.3.8-19>

© 2026 г.

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

Генеративный искусственный интеллект как фактор трансформации профессиональной деятельности в области визуальных коммуникаций

Ахметшина К.В., Габдулхакова Р.В.

*Уфимский государственный нефтяной технический университет,
450064, г. Уфа, ул. Космонавтов, д. 1, Российская Федерация*

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена противоречием между интенсивным внедрением технологий генеративного искусственного интеллекта (далее – ГИИ) в практику визуальных коммуникаций и неопределенностью границ автоматизации творческого труда специалистов в сфере визуальных коммуникаций, в частности, дизайнеров презентаций. Цель статьи – определить, как трансформируется профессиональная деятельность специалистов в области презентационного дизайна под влиянием ГИИ, выявить функциональное разделение задач между человеком и алгоритмическими системами. Ведущим методом исследования выступает качественный сравнительно-функциональный анализ операций проектирования презентаций, дополненный кейс-анализом практики применения генеративных текстовых, графических и видеомоделей. Теоретической базой служат концепции социологии профессий, теория когнитивной нагрузки и когнитивная теория мультимедийного обучения. Исследование показало, что генеративный ИИ хорошо справляется с техническими задачами – поиском иллюстраций, обработкой картинок, созданием черновиков и анимацией. А вот стратегическая часть – анализ аудитории, выстраивание аргументации и разработка сценария – остается за дизайнером, потому что именно она определяет, сработает ли презентация в бизнес-коммуникации. Новизна работы в том, что впервые построена четкая схема распределения задач между дизайнером и генеративным ИИ, а также предложена модель трансформации профессии от «ручного» исполнителя к куратору, управляющему нейросетями. Данные наработки в дальнейшем можно использовать для пересмотра образовательных программ и профстандартов. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных результатов при актуализации образовательных программ подготовки специалистов в области визуальных коммуникаций и разработке корпоративных регламентов использования ГИИ.

Ключевые слова: генеративный искусственный интеллект, визуальная коммуникация, дизайн презентаций, профессиональная трансформация, коммуникационное проектирование, когнитивная нагрузка, алгоритмизация творческих процессов, креативные индустрии, цифровизация, дизайнер-куратор

Для цитирования: Ахметшина К.В., Габдулхакова Р.В. Генеративный искусственный интеллект как фактор трансформации профессиональной деятельности в области визуальных коммуникаций. *Казанский социально-гуманитарный вестник*. 2026;3(74):8–19.

Generative Artificial Intelligence as a Factor of Transformation of the Professional Activity of a Presentation Designer

Akhmetshina K.V., Gabdulkhakova R.V.

Ufa State Petroleum Technological University,
1 Kosmonavtov St., Ufa, 450064, Russian Federation

Abstract. The relevance of the study stems from the contradiction between the rapid adoption of generative artificial intelligence (GenAI) technologies in visual communication practice and the uncertainty regarding the limits of automation of creative labour performed by presentation designers. The aim of the article is to determine the character and boundaries of the transformation of a presentation designer's professional activity under the influence of generative artificial intelligence and to identify the functional division of tasks between humans and algorithmic systems. The leading method is a qualitative comparative-functional analysis of presentation design operations, supplemented by a case analysis of the application of generative text, image and video models; the theoretical framework draws on the sociology of professions, cognitive load theory and the cognitive theory of multimedia learning. The study establishes that operational and technical functions (visual asset search, image processing, draft generation, animation) are subject to automation, whereas the strategic functions of communication design (audience analysis, argumentation development, scenario design) remain dependent on the designer's expertise. The novelty of the work lies in systematising the functional map "designer – generative AI" with respect to presentation design and in substantiating a model of professional transformation from "designer-executor" to "designer-curator and operator of generative systems", which is of practical relevance for revising educational programmes and professional standards.

Keywords: generative artificial intelligence, visual communication, presentation design, professional transformation, communication design, cognitive load, algorithmization of creative processes, creative industries, digitalization, designer-curator

For citation: Akhmetshina K.V., Gabdulkhakova R.V. Generative Artificial Intelligence as a Factor of Transformation of the Professional Activity of a Presentation Designer. *The Kazan Socially-Humanitarian Bulletin*. 2026;3(74): 8–19. (In Russ.)

Введение

В социально-философском ключе взаимодействие человека и алгоритма особенно ярко проявляется в проектировании визуальных коммуникаций. Генеративный искусственный интеллект (далее – ГИИ) помимо автоматизации рутинных операций переопределяет структуру профессиональной деятельности, размывая границы между творчеством и техническим исполнением, авторским замыслом и ге-

нерацией. Презентационный дизайн, сочетающий функции визуализации, коммуникационного проектирования и маркетинга, выступает здесь своеобразной «модельной лабораторией», где трансформация труда под влиянием ИИ проявилась наиболее отчетливо.

Особенностью дизайна презентаций является его промежуточное положение между графическим дизайном, маркетинговыми коммуникациями и копирайтингом. В отличие

от большинства направлений дизайна, конечным продуктом здесь выступает не отдельный графический объект, а сценарий коммуникации, направленный на достижение конкретного результата: убеждение аудитории, поддержку публичного выступления, повышение инвестиционной привлекательности проекта или структурирование сложной информации. В данном случае эффективность презентации оценивается, прежде всего, способностью структурировать информацию, усиливать аргументацию и обеспечивать достижение коммуникативного результата, а не только эстетическими характеристиками. В связи с этим значительная часть профессиональной деятельности дизайнера связана с анализом аудитории, проектированием сценария и управлением когнитивной нагрузкой, что принципиально затрудняет полную алгоритмизацию этих операций.

Актуальность исследования определяется противоречием между двумя тенденциями. С одной стороны, по оценкам зарубежных аналитических исследований, генеративные модели способны автоматизировать значительную долю операционных задач в сфере искусства, дизайна, медиа и развлечений [1]. В научном дискурсе все чаще встречается позиция: генеративный ИИ не заменяет человека, а расширяет его возможности. И это неизбежно ставит вопросы о том, как меняются роли, какие навыки становятся важными и где проходит граница авторства [1; 2]. Поскольку генеративные модели обучаются на статистических закономерностях больших массивов визуальных данных и воспроизводят наиболее вероятные, то есть усредненные, решения, то возникает риск алгоритмической стандартизации визуального контента и связанной с ней унификации визуальной культуры [2; 3].

Как отмечает исследователь цифрового труда К. Эрикссон, внедрение ис-

кусственного интеллекта в креативные индустрии не приводит к линейному исчезновению профессий, а инициирует процессы перераспределения профессиональных функций и формирования новых форм занятости [3]. Сходную позицию занимают Воронкович, Нунан и Скаггс, указывающие на усиление дифференциации внутри креативных профессий в зависимости от способности специалистов интегрировать ГИИ в рабочие процессы [4].

Отечественные исследования также отмечают двойственный характер влияния искусственного интеллекта на рынок визуальных коммуникаций: автоматизацию рутинных процессов наряду с растущим запросом на авторский взгляд, экспертность и доверие к конкретному специалисту [5]. Вместе с тем специфика именно презентационного дизайна как самостоятельной профессиональной деятельности, сочетающей функции визуализации, структурирования информации и коммуникационного проектирования, остается слабо изученной: большинство публикаций посвящено либо общему обзору нейросетевых инструментов, либо отдельным отраслям дизайна (графический, промышленный, UX/UI), без анализа специфики презентации как особого коммуникационного жанра, ориентированного на убеждение и структурирование аргументации.

Цель статьи: определить характер и границы трансформации профессиональной деятельности дизайнера презентаций под влиянием ГИИ, а также выявить функциональное разделение труда между человеком и ИИ-системами в процессе коммуникационного проектирования.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- 1) систематизировать операции дизайнера презентаций по критерию степени их алгоритмизации;
- 2) проанализировать практику применения генеративных текстовых,

графических и видеомоделей в проектировании мультимедийных презентаций;

3) выявить риски и ограничения ГИИ в задачах визуальной коммуникации;

4) обосновать переход от модели «дизайнер-исполнитель» к модели «дизайнер-куратор и оператор генеративных систем» как ключевой вектор трансформации профессиональной идентичности.

Методология и методы исследования

Исследование опирается на методологию социально-философской интерпретации технологических изменений, дополненную рефлексивным анализом профессионального опыта и функциональной типологией операций. Теоретико-методологическую основу исследования составили три группы концепций. Во-первых, положения социологии профессий, рассматривающие профессиональную деятельность как динамическую систему функций, перераспределяемых под влиянием технологических изменений, а не как статичный набор операций, подлежащий полному замещению [7]. Во-вторых, теория когнитивной нагрузки Дж. Свеллера и когнитивная теория мультимедийного обучения Р. Майера, объясняющие закономерности восприятия визуально-вербальной информации и задающие критерии эффективности визуальной коммуникации – соотношение релевантной (генеративной), организующей и избыточной (посторонней) когнитивной нагрузки [8; 9]. В-третьих, концепция коммуникационного проектирования, согласно которой визуальный продукт рассматривается не как самостоятельная эстетическая единица, а как элемент целостного коммуникационного сценария, нацеленного на решение прагматической задачи – убеждение аудитории, структурирование информации, усиление аргументации [10].

В исследовании используется концепция AI Co-pilot (искусственный интеллект как цифровой соисполнитель), предполагающая рассмотрение ГИИ не как автономного субъекта проектирования, а как инструмента расширения профессиональных возможностей специалиста. В рамках данной модели ответственность за постановку задачи, интерпретацию результатов и принятие проектных решений сохраняется за человеком.

В интерпретации результатов исследования используется подход А. Эббота, который рассматривает профессиональные системы как пространство конкуренции за профессиональную юрисдикцию – право на выполнение определенных видов деятельности и принятие экспертных решений. Согласно данной концепции, технологические изменения не обязательно приводят к исчезновению профессии, но могут сопровождаться перераспределением отдельных функций между профессиональными группами и техническими системами [7].

Эмпирическую базу исследования составили результаты включенного наблюдения за процессом разработки 24 презентационных проектов, реализованных в 2024–2026 гг. в сфере образовательных, корпоративных и коммерческих коммуникаций с использованием генеративных моделей следующих типов: текстовых – для структурирования информации, сокращения текстов слайдов и подготовки промптов; генеративных моделей создания и обработки изображений – для генерации визуальных концепций, иллюстраций, дорисовки объектов и удаления фона; моделей видео и анимации – для анимации статичных изображений и создания динамических визуальных решений; инструментов постобработки – для повышения качества изображений.

Основным методом исследования является качественный сравнитель-

но-функциональный анализ. Авторами предложена типология операций по двум критериям: степени алгоритмической воспроизводимости (насколько задача может быть решена на основе статистических закономерностей обучающих данных без привлечения дополнительного контекста) и степени зависимости от контекстуальной экспертизы (необходимость учета специфики аудитории, целей коммуникации, фирменного стиля заказчика). На основе данной классификации построена функциональная карта распределения операций между дизайнером и генеративными моделями (Табл. 1). Дополнительно применен метод кейс-анализа: рассмотрены типовые задачи проектирования презентаций, в которых сопоставлены результаты, полученные при автономном использовании ИИ-инструментов, и результаты, требующие непосредственного участия дизайнера на этапе принятия проектных решений.

Поскольку исследование основано на анализе профессиональной практики проектирования и не предполагает сбора персональных данных третьих лиц (опросов, интервью, анкетирования), вопросы получения информированного согласия участников в данном случае не применимы; представленные материалы не содержат сведений, позволяющих идентифицировать заказчиков рассматриваемых проектов.

Результаты

Сравнительно-функциональный анализ операций, составляющих профессиональную деятельность дизайнера презентаций, позволил систематизировать их в виде функциональной карты (Табл. 1), отражающей степень алгоритмизации каждой операции и характер распределения ролей между ГИИ и дизайнером.

Из Таблицы 1 видно, что задачи с высокой степенью алгоритмизации – это в основном технические операции.

Генеративный ИИ показывает наилучшие результаты там, где качество можно оценить по формальным признакам: нет артефактов, соблюдено разрешение, объект выделен корректно. Модель справляется с этим сама, потому что такие критерии заложены в обучающих данных и не требуют понимания коммуникативной задачи. Проведенный анализ позволяет также сделать принципиальный вывод: уровень алгоритмизации операции обратно пропорционален ее зависимости от коммуникационного контекста: чем больше задача требует понимания целей проекта, особенностей аудитории и критериев успеха коммуникации, тем ниже потенциал ее полной автоматизации.

Стоит также отметить природу генеративных моделей как статистических систем: результатом их работы является наиболее вероятная, то есть усредненная, комбинация визуальных элементов. Это объясняет тенденцию к однотипности визуальных решений независимо от используемой модели – повторяющихся композиционных схем, цветовых палитр и стилистических приемов. Для презентационного дизайна, где ценность решения определяется его соответствием уникальному фирменному стилю и коммуникационной задаче проекта, статистическая усредненность результата представляет риск того, что сгенерированный материал может противоречить требованиям уникальности и узнаваемости бренда заказчика.

Принципиальное различие между генерацией контента и проектированием коммуникации заключается в том, что первая сводится к техническому воспроизведению визуальных или текстовых элементов, в то время как второе требует ситуационной адаптации. Генеративная модель способна по запросу создать изображение, текстовый блок или анимацию, однако она не имеет доступа к коммуникаци-

Таблица 1

**Функциональная карта операций дизайнера презентаций
в условиях применения ГИИ**

Операция / этап проектирования	Степень алгоритмизации	Роль генеративного ИИ	Роль дизайнера
Поиск визуальных референсов, генерация визуальных концепций	высокая	Генерация множества вариантов изображений по текстовому запросу	Формулирование запроса, отбор и оценка релевантности вариантов
Обработка изображений: удаление фона, дорисовка объектов, повышение качества (upscaling)	высокая	Автоматическое выполнение технической операции	Контроль качества, интеграция результата в общий стиль слайда
Структурирование текстовой информации, сокращение текста для слайдов	средняя	Генерация черновых формулировок и вариантов сокращения	Редактирование, расстановка смысловых акцентов, проверка точности
Подготовка промптов для генеративных моделей	средняя	Не выполняется автономно	Формулирование задачи на основе коммуникационного контекста
Анимация статичных изображений	высокая	Автоматизация движения объектов и переходов	Выбор момента, ритма и смысловой нагрузки анимации
Анализ аудитории и коммуникационных целей	низкая	Не выполняется автономно	Определение целевой аудитории, целей и ограничений проекта
Разработка аргументации и сценария презентации	низкая	Может предложить черновую структуру по запросу	Определение логики, последовательности и смысловых акцентов
Принятие итоговых проектных решений (выбор концепции, утверждение макета)	низкая	Генерация альтернативных вариантов	Финальный выбор, согласование с заказчиком, ответственность за результат

Источник: составлено авторами

онному контексту проекта – характеристикам аудитории, иерархии аргументов, последовательности подачи информации, ограничениям корпоративного стиля. Более того, модель не учитывает актуальные тренды дизайна и конъюнктуру рынка, без знания которых даже технически качественный результат рискует оказаться невостребованным или устаревшим. Эффективная визуальная коммуникация, согласно когнитивной теории мультимедийного обучения, предполагает целенаправленное распределение на-

грузки между визуальным и вербальным каналами с целью минимизации посторонней и максимизации релевантной нагрузки [8; 9]. Такое распределение, как и ориентация на текущие рыночные условия, требует понимания аудитории и не может быть выполнено моделью автономно.

Таким образом, главная ценность специалиста в области презентационного дизайна определяется не просто умением производить визуальный контент как таковой, а способностью интегрировать инструменты визу-

альной коммуникации, маркетинга, копирайтинга и ГИИ для достижения конкретных бизнес-результатов. ГИИ может выступать инструментом реализации отдельных элементов дизайна, но не его автором.

Вышесказанное подтверждает также практика применения генеративных моделей в условиях дефицита времени. Например, при подготовке инфографики для образовательного вебинара в режиме, близком к реальному времени, знание фирменного стиля заказчика (цвета, шрифты, компоновка) и умение грамотно сформулировать запрос для нейросети позволили за несколько минут получить готовое решение. Результат был достигнут не инструментом сам по себе, а сочетанием инструмента с экспертизой специалиста: без знания стиля и навыка точной формулировки задачи материал потребовал бы существенной переработки. Данный пример иллюстрирует общую закономерность: ГИИ усиливает производительность специалистов с развитой коммуникационной экспертизой, в то время как прирост эффективности при ее отсутствии остается ограниченным.

В целях соблюдения конфиденциальности реальных заказчиков, а также для выделения сущностных, а не единичных характеристик взаимодействия дизайнера и ГИИ, приведем абстрактный (обобщенный) пример, сохраняющий ключевые параметры типового проекта. Представим задачу по разработке визуальной концепции для премиальной ювелирной продукции. Дизайнер формирует смысловую платформу бренда, затем с помощью генеративных моделей создает и дорабатывает арт-изображения. При грамотном промпт-инжиниринге и кураторской адаптации использование ИИ позволяет существенно сократить затраты на продакшн и ускорить вывод кампании, обеспечивая при этом единый премиальный визуальный образ, узнаваемость и конкурентное преимущество. Данный модельный пример показывает, что ценность специалиста определяется не фактом использования нейросетей, а способностью выстроить смысловую рамку, корректно поставить генеративным моделям задачи и отобрать соответствующий позиционированию результат (Рис. 1).



Рис. 1. Модельная иллюстрация к абстрактному примеру разработки визуальной концепции премиальной ювелирной продукции

Источник: создано авторами

Полученные результаты свидетельствуют, что ГИИ может выступать как в роли инструмента оперативного решения задач в условиях жесткого дефицита времени, так и в роли средства реализации уникальных визуальных концепций, которые потребовали бы значительно больших ресурсов при традиционном подходе. В обоих случаях использование нейросетей расширяет возможности дизайнера, позволяя достичь результатов, которые при ограниченных временных и бюджетных ресурсах были бы затруднительны или невозможны при использовании исключительно традиционных методов.

Ключевой критерий уязвимости – не сама профессия, а тип выполняемых задач. Те, кто занят чисто техническим производством (поиск картинок, обработка, верстка по шаблону), оказываются в зоне риска: эти операции генеративный ИИ выполняет эффективно и без участия человека. И напротив, специалисты, работающие с аудиторией, аргументацией и сценарием, остаются востребованными – здесь автоматизация пока бессильна. Этот вывод согласуется с данными о том, что в креативных индустриях под удар попадают прежде всего операционные задачи [1].

Результаты исследования позволяют сформулировать итоговую модель профессиональной трансформации: переход от «дизайнера-исполнителя», самостоятельно выполняющего весь цикл операций – от поиска материалов до финальной верстки, – к «дизайнеру-куратору и оператору генеративных систем». В новой модели специалист определяет коммуникационную задачу и сценарий презентации, формулирует задания для нескольких специализированных моделей (текстовых, графических, видео, постобработки), оценивает и отбирает результаты их работы, адаптирует материалы к фирменному стилю и принимает итоговые проектные решения. Объем операци-

онной нагрузки сокращается, а роль координирующих, оценочных и проектных функций возрастает.

Обсуждение

Таким образом, результаты показывают, что генеративный ИИ не вытесняет дизайнера, а перераспределяет его задачи. Данный вывод также согласуется с зарубежными исследованиями, где ИИ в креативных индустриях описывают как инструмент расширения профессиональных возможностей. Главное условие успеха – найти грань, где технологии работают на результат, но при этом не обесценивают роль эксперта [1; 2; 6].

С точки зрения социологии профессий, данная трансформация может выглядеть как пересмотр границ профессиональной юрисдикции в пользу алгоритмических систем: автоматизируемые технические операции переходят к цифровым инструментам, тогда как контроль над коммуникационным проектированием, оценкой качества решения и ответственностью за результат остается в сфере профессиональной компетенции дизайнера [7].

Парадоксальным следствием распространения ГИИ становится рост ценности человеческой экспертизы. Если на ранних этапах развития генеративных технологий сам факт создания контента с использованием нейросетей воспринимался как инновационный результат, то по мере распространения подобных инструментов эффект новизны постепенно снижается. В условиях массовой доступности генеративного контента конкурентным преимуществом становится способность не просто создавать изображения или тексты при помощи ИИ, а использовать их для решения уникальных коммуникационных задач.

В профессиональных дискуссиях все чаще обсуждается проблема различимости и аутентичности генеративного контента: ключевой ценностью

становится его «очистка» от ИИ, добавление «шероховатостей» и личного авторского взгляда [5]. Это подтверждает формирование феномена «премиальной человечности» (авторы предлагают использовать это понятие для обозначения роста ценности экспертной интерпретации, персональной ответственности и контекстуального знания в условиях массовой доступности генеративного контента). Этот феномен проявляется парадоксальным образом: чем шире распространяются технологии ГИИ, тем выше становится ценность компетенций, которые остаются уникальными для человека. По мнению Л. Флориди, развитие ГИИ не устраняет необходимость человеческого участия, а смещает фокус профессиональной деятельности в сторону ответственности, интерпретации и принятия решений. Именно эти функции в условиях массового производства контента становятся источником профессиональной ценности специалиста [11].

Во-первых, массовая генерация визуального контента приводит к его статистической усредненности. Однотипные композиции, цветовые решения и стилистические приемы перестают восприниматься как инновационные. В этих условиях заказчик начинает искать не просто «картинку», а интерпретацию – почему выбрано именно это визуальное решение, как оно работает на конкретную аудиторию и бизнес-задачу.

Во-вторых, когда заказчик выбирает дизайнера, он платит не за картинку, а за ответственность, которую берет на себя специалист. Готовый сгенерированный материал может быть технически идеальным, но, если он не попадает в аудиторию, портит бренд или расставляет не те смыслы, отвечать за это некому, кроме человека, который его использовал. Дизайнер, который готов взять на себя эту ответственность, становится незаменимым.

В-третьих, презентационный дизайн как жанр бизнес-коммуникации особенно чувствителен к экспертной интерпретации. В отличие от генерации обоев для рабочего стола, презентация всегда нацелена на конкретный результат: убедить инвестора, донести стратегию до сотрудников или структурировать сложные данные для клиента. Достижение этих целей требует не столько технического мастерства, сколько понимания контекста и психологии восприятия – того, что генеративная модель по определению не имеет.

Полученные результаты позволяют интерпретировать ГИИ не как автономную систему принятия проектных решений, а как AI Co-pilot – цифрового соисполнителя, усиливающего продуктивность специалиста при сохранении человеческого контроля над целеполаганием и оценкой результата.

Таким образом, «премиальная человечность» становится нематериальным активом дизайнера-куратора, который определяет в новой профессиональной реальности его конкурентоспособность.

В широком смысле «технологический дуализм» в креативных индустриях обычно понимают как напряжение между автоматизацией и спросом на аутентичность. Наша работа уточняет этот тезис применительно к презентационному дизайну. Здесь дуализм выглядит иначе: это разделение на технические задачи, которые можно алгоритмизировать, и стратегические, которые без человека не решить. Такое уточнение переводит разговор с абстрактных оценок на конкретную функциональную карту – а ее уже можно использовать для пересмотра должностных инструкций и учебных программ [12].

Особого внимания заслуживает риск стандартизации визуального контента. С точки зрения когнитивной теории мультимедийного обуче-

ния, снижение технического барьера для производства визуально «компетентного» контента не равнозначно повышению эффективности коммуникации: нерелексивное использование генеративных моделей может приводить к насыщению презентации визуально привлекательными, но стилистически однородными элементами, увеличивающими постороннюю когнитивную нагрузку и снижающими различимость авторского сообщения [8; 9]. Задача дизайнера-куратора состоит не только в отборе эстетически удачных вариантов, но и в фильтрации материала по критерию соответствия коммуникационной цели – функция, не делегируемая генеративной модели.

Следовательно, распространение ГИИ может привести к поляризации профессионального сообщества. Наибольшему риску подвергаются специалисты, выполняющие преимущественно технические операции производства контента. В то же время возрастает востребованность специалистов, способных работать на стыке визуальной коммуникации, маркетинга, аналитики и управления генеративными инструментами.

Полученные результаты имеют ограничения, связанные с качественным характером исследования: анализ основан на кейсах профессиональной практики и не предполагает статистического обобщения на профессиональное сообщество в целом. Рассмотренный набор инструментов отражает состояние технологий ГИИ на момент исследования и может изменяться. Это определяет направления дальнейших исследований: количественное изучение восприятия трансформации профессии среди практикующих дизайнеров презентаций, сравнительный анализ функциональных карт для смежных профессий визуальных коммуникаций, разработка критериев оценки степени визуальной стандартизации контента.

Заключение

Таким образом, ГИИ следует рассматривать не как технологию замещения дизайнера презентаций, а как инструмент перераспределения профессиональных функций. В этих условиях конкурентоспособность специалиста определяется не объемом выполняемой ручной работы, а способностью проектировать коммуникацию, управлять генеративными системами и обеспечивать достижение измеримых результатов бизнес-коммуникации.

Полученные результаты согласуются с выводами Э. Вальковяк о комплементарном характере взаимодействия человека и ГИИ, при котором технологические системы замещают отдельные операции, но одновременно повышают значимость творческих и интерпретативных компетенций специалиста [13].

Теоретическая значимость работы состоит в систематизации функциональной карты распределения операций между дизайнером и ГИИ применительно к недостаточно изученному в литературе жанру презентационного дизайна, а также в обосновании модели профессиональной трансформации «от дизайнера-исполнителя к дизайнеру-куратору и оператору генеративных систем», дополняющей дискуссию о трансформации творческих профессий в условиях цифровизации.

Полученная функциональная карта может быть использована для пересмотра образовательных программ и профессиональных стандартов в области визуальных коммуникаций. В частности, предлагается сместить акцент с освоения отдельных графических инструментов на развитие компетенций коммуникационного проектирования (анализ аудитории, аргументация, сценарий) и навыков «оркестрации» генеративных систем – умения формулировать задачи, оценивать и адаптировать результаты работы нескольких специализированных моделей в рам-

ках единого коммуникационного продукта. Дальнейшие исследования могли бы быть направлены на количественное изучение восприятия этих изменений среди практикующих дизайнеров, анализ динамики професси-

ональных рисков в смежных областях, а также разработку методик оценки степени стандартизации визуального контента, создаваемого с помощью генеративных моделей.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
Conflict of interest. The authors declare no conflicts of interest.

Список литературы / References

1. Anantrasirichai N., Bull D.R. Artificial intelligence in the creative industries: a review. *Artificial Intelligence Review*. 2022;55:589–656. DOI: 10.1007/s10462-021-10039-7
2. Tsao J., Liang C.X., Nogues C., Wong A. Perceptions and integration of generative artificial intelligence in creative practices and industries: a scoping review and conceptual model. *AI & Society*. 2026;41(3):2259–2278. DOI: 10.1007/s00146-025-02667-2
3. Erickson K. AI and work in the creative industries: digital continuity or discontinuity? *Creative Industries Journal*. 2024:1–21. DOI: 10.1080/17510694.2024.2421135
4. Woronkowicz J., Noonan D.S., Skaggs R. GenAI and Creative Labor: New Evidence on Valuation, Inequality, and Adoption. *Work and Occupations*. 2026;53(3):599–634. DOI: 10.1177/07308884261450882
5. Кудряшов М.А. Перспективы интеграции генеративного искусственного интеллекта в профессиональную деятельность дизайнера. *Молодой ученый*. 2025;20(571):157–160.
Kudryashov M.A. Prospects for the integration of generative artificial intelligence into the professional activity of a designer. *Young Scientist*. 2025;20(571):157–160. (In Russ.)
6. Ricci N., Guyon T., Hooge S. The Rise of "Alone Teamwork": Unveiling the Transformations in the Creation Process of Artists Using Generative Artificial Intelligence Tools. In: Massi M., Prokupek M., Ricci A., Ostilio M.C., editors. *Artificial Intelligence in the Cultural and Creative Sectors: Opportunities, Challenges, and Transformations*. Routledge; 2025. Ch. 5. 278 p.
7. Abbott A. *The System of Professions: An Essay on the Division of Expert Labor*. Chicago: University of Chicago Press; 1988. 435 p.
8. Sweller J. Cognitive load during problem solving: effects on learning. *Cognitive Science*. 1988;12(2):257–285. DOI: 10.1207/s15516709cog1202_4
9. Mayer R.E. *Multimedia Learning*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press; 2009.
10. Frascara J. *Communication Design: Principles, Methods, and Practice*. New York: Allworth Press; 2004. 240 p.
11. Floridi L., Chiriatti M. *GPT-3: its nature, scope, limits, and consequences*. *Minds and Machines*. 2020;(30):681–694. DOI: 10.1007/s11023-020-09548-1
12. Liu Z. Human-AI Co-Creation: A Framework for Collaborative Design. *arXiv*. 2025. URL: <https://arxiv.org/abs/2507.17774> (да13. Walkowiak E. Substitution and Complementarity between Generative AI and Human Creativity. *SSRN*. 2025. 55 p. DOI: 10.2139/ssrn.5285830

Информация об авторах

Ахметшина Камилла Вадимовна, студент 4 курса кафедры социальных и политических коммуникаций, Уфимский государственный нефтяной технический университет; e-mail: kam2003kamilla@yandex.ru

Габдулхакова Рита Виллуновна, доцент кафедры социальных и политических коммуникаций, Уфимский государственный нефтяной технический университет. SPIN-код 8794-9041; e-mail: 56810rita@mail.ru

Information about the authors

Kamilla V. Akhmetshina, 4th year student, Department of Social and Political Communications, Ufa State Petroleum Technological University; e-mail: kam2003kamilla@yandex.ru

Rita V. Gabdulkhakova, Associate Professor of the Department of Social and Political Communications, Ufa State Petroleum Technological University. SPIN-code 8794-9041; e-mail: 56810rita@mail.ru

Поступила в редакцию 14.06.2026

Принята после рецензирования 15.08.2026

Принята к публикации 01.09.2026

Received June 14, 2026

Revised August 15, 2026

Accepted September 1, 2026