

МЕДИАКОММУНИКАЦИЯ, ОПОСРЕДОВАННАЯ ИСКУССТВЕННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ: АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПОДХОДЫ

М. Г. Шилина

*Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Стремянный пер., 36, 115054, г. Москва, Россия,
Shilina.MG@rea.ru*

В статье представлена специфика одной из острых научных проблем современной медиакommunikации: концептуализации особенностей человеко-машинной медиакommunikации, опосредованной искусственным интеллектом (ИИ). Выявлены противоречия базовых коммуникационной и коммуникативной парадигм. Противоречия данных подходов к исследованию медиакommunikации, опосредованной ИИ, позволяет снять предложенный автором системно-уровневый междисциплинарный подход, который предполагает последовательное применение коммуникационной и коммуникативной парадигм, что подтверждают экспертные интервью (n=9, 2024).

Ключевые слова: медиакommunikация; технологический детерминизм; искусственный интеллект; коммуникационная парадигма; коммуникативная парадигма; системно-уровневая методология.

AI-DRIVEN MEDIA COMMUNICATION: RESEARCH APPROACHES

M. G. Shilina

*Plekhanov Russian University of Economics,
36, Stremyanny lane, 115054, Moscow, Russia
Corresponding author: M. G. Shilina (Shilina.MG@rea.ru)*

The article presents the conceptualization of human-machine AI-driven media communication to solve one of the scientific problems of modern media communication. Contradictions of the basic communication and communicative paradigms of AI-driven media communication are revealed. The contradictions of these approaches to the study of AI-driven media communication can be removed by the system-level interdisciplinary approach proposed by the author,

which involves the consistent application of communication and communicative paradigms. The results are confirmed by expert interviews (n=9, 2024).

Key words: media communication; technological determinism; artificial intelligence; communication paradigm; communicative paradigm; system-level methodology.

Применение технологии искусственного интеллекта (ИИ) в медиакоммуникации затрагивает все базовые процессы, от автоматизации сбора и анализа данных до производства и распространения конечного продукта, контента. В отечественной медиаиндустрии технологии искусственного интеллекта (ИИ) востребованы, уровень их диффузии в 2023 г. составлял 91,5% [1].

Междисциплинарные исследования специфики применения ИИ в последнее десятилетие развиваются в России [1; 3] и в мире [2]. Одна из основных научных проблем в данной сфере связана с концептуализацией особенностей человеко-машинной коммуникации [2; 3; 4; 5]. Ученые сегодня предлагают зафиксировать смену парадигмы исследования: переход от базовой цифровой технологической (коммуникационной) к коммуникативной [3; 4; 6]. Очевидно, что изучение медиакоммуникации с позиций технологического детерминизма не отражает все аспекты взаимодействия, как нерелевантно и исследование с позиции «чистого» антропоцентризма, поскольку информация, автономно генерируемая алгоритмами, не случайна и полностью контролируется, однако не процессами человеческого разума [4]. Взаимодействие человека и «машин» требует четкого различения механизмов коммуницирования всех акторов, в том числе квази-акторов (владелец платформ, программ и т. д.).

Противоречия, которые возникают при апробации различных концептуальных подходов к исследованию медиакоммуникации, опосредованной ИИ, позволяет снять системно-уровневый междисциплинарный подход, который предполагает последовательное применение коммуникационной и коммуникативной парадигм. На базовом уровне изучаем технические параметры работы с информацией (в частности, алгоритмы генерируют новые данные на основе, как правило, вторичных данных, которые не являются информацией). Понимание технологических процессов дает возможность выявить смысловые лакуны на антропоцентрическом уровне коммуникации. В свою очередь, коммуникативная

парадигма исследований предполагает формирование антропоцентрических подходов к изучению свойств алгоритмов.

Рефлексия предложенного концептуального подхода к изучению специфики медиакоммуникации, опосредованной ИИ, представленная в экспертных интервью (n=9, 2024), подтверждает его корректность.

Библиографические ссылки

1. Искусственный интеллект в медиа и коммуникациях. Исследование РАЭК, НИУ ВШЭ, МГУ. Презентация на XVI Форуме деловых СМИ ТПП РФ. 06.04.2023.
2. *Шилина М. Г.* Искусственный интеллект как коммуникативный феномен: трансформация парадигмы исследования медиакоммуникации и журналистики // Язык. Коммуникация. Общество. СПб, 2024. № 1(5). С. 43–48.
3. *Esposito E.* (2022) *Artificial Communication: How Algorithms Produce Social Intelligence Strong Ideas.* New York: The MIT Press.
4. *Richards R., Spence P., Edwards C.* (2022). Human-machine communication scholarship trends: An examination of research from 2011 to 2021 in communication journals. *Human-Machine Communication.* 4, 45–65.
5. *Guzman A. L., McEwen R., Jones S.* (Eds.) (2023). *The SAGE Handbook of Human-Machine Communication.* SAGE Publications.
6. ChatGPT, LaMDA, and the Hype Around Communicative AI: The Automation of Communication as a Field of Research in Media and Communication Studies / Hepp A. [and etc.] // *Human-Machine Communication.* 2023. 6, 41–63.