

Влияние нейросетей на формирование медиареальности

С.В. Ромаданова, Н.С. Мухаметшина

Самарский государственный технический университет, Самара, Россия

Поступила в редакцию: 20.04.23

В окончательном варианте: 30.04.23

■ Для цитирования: Ромаданова С.В., Мухаметшина Н.С. Влияние нейросетей на формирование медиареальности // Вестник Самарского Государственного Технического Университета. Серия «Философия». 2023. Т. 5. № 2. С. 36–40. DOI: <https://doi.org/10.17673/vsgtu-phil.2023.2.4>

Аннотация. С развитием информационных технологий появляются как новые возможности, так и проблемы. Медиа, сгенерированные нейросетью, становятся одним из наиболее актуальных трендов настоящего времени. По мере увеличения способностей нейросети становится все более актуальным вопрос о том, как формируется медиареальность в этих условиях. В статье рассматривается проблема влияния нейросетей на реальность.

Ключевые слова: реальность; медиареальность; коммуникация; медиа; синтетические медиа; нейросеть.

The influence of neural networks on the formation of media reality

S.V. Romadanova, N.S. Mukhametshina

Samara State Technical University, Samara, Russia

Original article submitted: 20.04.23

Revision submitted: 30.04.23

■ For citation: Romadanova S.V., Mukhametshina N.S. The influence of neural networks on the formation of media reality. *Vestnik of Samara State Technical University. Series Philosophy*. 2023;5(2):36–40. DOI: <https://doi.org/10.17673/vsgtu-phil.2023.2.4>

Abstract. With the development of information technology, there are both new opportunities and challenges. Media generated by a neural network is becoming one of the most relevant trends of the present time. As the capabilities of the neural network increase, the question of how the media reality is formed under these conditions becomes more and more relevant. The article deals with the problem of the influence of neural networks on reality.

Keywords: reality; media reality; communication; media; synthetic media; neural network.

Философские размышления о реальности всегда были частью исторического развития и важным элементом общественного самосознания. Современные информационные технологии и их широкое распространение создают новые вопросы, связанные с пониманием окружающего мира. Нейросеть сегодня постепенно интегрируется в различные сферы жизнедеятельности человека. Она становится все более популярной, как следствие — все чаще в коммуникациях стал применяться контент, сгенерированный ею. Сети можно поставить определенную задачу, обучить ее, например, создавать иллюстрации, музыку, тексты, рекламу для бизнеса, и она сделает работу

с высокой скоростью, с большим количеством вариантов. В связи с этим актуальным является вопрос влияния нейросети на реальность в контексте взаимодействия человека с такими медиа.

Термин «искусственный интеллект» ввел Джон Маккарти. В литературе отмечается, что идея названия состояла в аналогии, а не в прямой связи, не в замене и даже не в дополнении человеческого интеллекта искусственным. У человека существует интеллектуальная функция принятия решений, и у машины имеется нечто подобное, но неживое, искусственное [См. подр.: 1, с. 651]. Генерируемый нейросетью контент и используемый в информационном пространстве — все это можно обозначить термином «синтетические медиа». Так как при создании, например, фото- и видеоматериалов применяется метод наложения разных изображений друг на друга. «Синтетические медиа» могут быть сгенерированы из заранее заготовленных материалов и обработаны искусственным интеллектом в соответствии с задачей [2, с. 656].

Как же «синтетические медиа» могут влиять на реальность? Для начала разберем некоторые философские подходы к ее интерпретации. Сам концепт «реальность» лексически связан с действительностью во многих языках. К примеру, Аристотель действительность определяет термином «энергия». М. Хайдеггер в своей работе «Бытие и время» также использует понятие «действительность» [См. подр.: 3, с. 101]. Парменид отмечает множественность реальностей, выделяя чувственную и умопостигаемую реальности. А Демокрит отвергает возможность познания действительности [3, с. 102]. Платон мир делит на подлинный и неподлинный, другими словами, на мир идей и мир теней. Иллюзия реально становящегося бытия начинается у него с твердого установления времени как момента, когда произошло то или иное событие [4, с. 181]. Аристотель был первым, кто связал действительное и действие. Он описывает действительность с позиции перехода возможности в действительное. Последняя обретает значение актуальности. Стагирит также повлиял на формирование другого направления понимания реальности, получившего продолжение в работах Ф. Шеллинга, Г. Гегеля и К. Маркса. Ф. Шеллинг разграничивает действительность и действительное. Действительное у этого философа соотносится с чувственным познанием, опытом, тогда как действительность истолковывается как ограниченная деятельность, связанная с необходимостью, которая противопоставляется свободе [3, с. 103].

Согласно Беркли в действительности существуют «души» и сотворивший их «Бог», а также ощущения («идеи»), помещенные Богом в человеческие души. Все объективное во внешнем мире философ сводит к субъективному содержанию «идей» в «душах», а свойства внешних объектов — к ощущению в нас. Философ сравнивает все вещи с «комбинациями» ощущений, «существовать», с его точки зрения, значит «быть воспринимаемым». Беркли в своих рассуждениях отмечает, что вообще нет ничего материального, существует только мир идей, а о таком понятии, как реальность можно рассуждать только с позиции наблюдателя. Однако во взглядах Беркли можно наблюдать непоследовательность. Она открывается тогда, когда на вопрос о смысле термина «существовать» («быть»), он отвечал, по сути, на другой вопрос о том, *как именно объекты существуют*. Выделив ряд видов «существования», Беркли начинает путаться, сравнивая их. Столкнувшись с трудностями, философ пытается

объяснить свои идеи посредством религии. Он отмечает, что никем неощущаемые предметы продолжают существовать в «божественном сознании», то есть в высшем разуме. Под влиянием идей Платона Беркли написал работу «Сейрис, или Цепь философских размышлений и исследований», в которой акцентировал идеи Платона о неполноценности мира. В этом сочинении, в частности, термин «феномен» часто используется вместо термина «идея». Согласно онтологии Беркли абсолютно существует только Бог [5, с. 17–20]. В работах И. Канта и Г. Гегеля описываются модели взаимосвязи между действительностью и реальностью, направленные на критику разума, с одной стороны, и абсолютный идеализм, — с другой. В неклассической науке вводятся концепты относительности и дополнительности, что допускает признание множественности позиций. Это происходит потому, что человек не просто отражает мир, а воздействует, преобразует его.

Человек постоянно взаимодействует с медиаобразами, которые конструируют его медиареальность. В своем выступлении на тему «Телефон — часть сознания?» Дэвид Джон Чалмерс рассуждает о новой концепции сознания, говоря о расширенном сознании. Это идея о том, что технологии становятся частью самого сознания, распространяя его, а значит и самих субъектов во внешний мир. В этой связи можно говорить и о нейросети. Сгенерированные ей медиа просто берут некоторые функции мозга человека, становясь частью нашего расширенного ума. Вместе с тем Чалмерс делает акцент на том, что по мере расширения сознания растет его уязвимость, одновременно подчеркивая, что центральное место все равно занимает самосознание и мышление человека.

Новые технологии становятся все более гибкими, существует уверенность, что они расширят наши когнитивные возможности. Погружение в медиареальность происходит с помощью способности продуцировать эффект подлинной реальности при взаимодействии сознания субъекта и медиаобраза. Медиаобразы — это продукт медиамоделирования конкретных элементов реальности. Действительно, медиа, которые производят и транслируют образы, являются посредником между реальностью и познающим субъектом. Последний способен исказить (как бессознательно, так и сознательно) информацию о реальности, что может помешать ее объективному восприятию [См. подр.: 6]. Понятно, что изображения, сгенерированные нейросетью, далеки от идеала, и из предложенных сетью вариантов для иллюстрации определенного материала может подойти только один. Образ способен отражать реальную действительность, но одновременно может изменить любое событие до неузнаваемости, создавая у пользователей искаженное представление.

Часто человек не контролирует процесс погружения в медиареальность, ему трудно выйти за ее рамки, поскольку стереотипные образы могут заменить реальность. В результате люди рассматривают ее исходя из своей интерпретации медиаобраза [Там же]. Одной из опасностей нейросети является возможность скрытой манипуляции, которая может привести к одиночеству и потери человеком идентичности [7, с. 15]. К примеру, существует нейросеть, которая может определять предпочтения пользователей телефонов и подбирать в соответствии с ними предложения для каждого конкретного человека, так персонализированная реклама способна переключать внимание людей

с помощью материалов, которые являются наиболее для них релевантными. Вопрос взаимоотношений человека и нейросети приобретает новые формы в контексте коммуникации. Искусственный интеллект может давать ответы на различные вопросы. Нейросеть может быть интегрирована в бизнес-процессы компаний, например, для общения с клиентами.

Способности искусственного интеллекта изменяют пространство повседневного человеческого опыта, меняя мышление и даже образ жизни людей. Появляется новая информационная модель существования, формируется новая реальность, меняются приоритеты, ценности и нормы человеческой жизнедеятельности [8, с. 199–200]. Как видим, медиареальность характеризуется опосредованностью через сознание того, кто непосредственно создает информацию, медиаобразы и технику, доставляющую эту информацию. Медиа способны как отражать действительность, так и создать неточное, неполное представление. Также одной из важных ее характеристик является эмерджентность. Поскольку пользователей нейросети становится все больше, то это обстоятельство в итоге приводит к новому типу поведения. Можно указать еще один признак новой реальности — это способность медиа к манипуляции сознанием человека, управлению вниманием людей. Еще одной чертой медиареальности может служить распространенность и доступность технологий, передающих знания. Каждый может выбрать информацию в зависимости от запроса, приоритетов, ценностей. Возникшая новая реальность напоминает нам, что окружающий мир больше не является прозрачным и легко наблюдаемым, его существование больше не автономно. И в этой ситуации человек должен внимательно следить за содержанием своего мышления, условиями его воплощения и использовать потенциал медиа для достижения общественного блага.

Список литературы

1. Суходолов А.П., Бычкова А.М., Ованесян С.С. Журналистика с искусственным интеллектом // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 4. С. 647–667. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(4).647-667
2. Грачева М.В. «Синтетические медиа» как объект этической оценки // Медиалингвистика: материалы VI международной научной конференции, Санкт-Петербург, 30 июня 2022 года. Санкт-Петербург: Медиапир, 2022. С. 655–658.
3. Оводова С.Н. Идея реальности в философских понятиях и метафорах // Омский научный вестник. 2013. Т. 121. № 4. С. 225–230.
4. Платон. Государство. Санкт-Петербург: Азбука–Аттикус, 2018.
5. Беркли Д. Сочинения / под ред. И.С. Нарского. Москва: Мысль, 2000.
6. Гаврилов А.А. Медиареальность как тип виртуальной реальности // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. Т. 37. № 11. С. 45–47.
7. Очеретяный К.А., Ленкевич А.С. Медиафилософия: между рецепцией и интерпретацией // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14. № 1. С. 12–18.
8. Иоселиани А.Д., Цхададзе Н.В. Искусственный интеллект: социально-философское осмысление // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. 2019. № 2. 196–202.

References

1. Sukhodolov AP, Bychkova AM, Ovanesyan SS. Journalism with artificial intelligence. *Questions of theory and practice of journalism*. 2019;8(4):647–667. (In Russ.) DOI: 10.17150/2308-6203
2. Gracheva MV. «Sinteticheskie media» kak ob'ekt eticheskoi otsenki. *Media-lingvistika: materialy VI mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii*, Saint Petersburg, 2022 Jul 30. Saint Petersburg: Mediapapir; 2022. P. 655–658. (In Russ.)
3. Ovodova SN. Ideya real'nosti v filosofskikh ponyatiakh i metaforakh. *Omskii nauchnyi vestnik*. 2013;121(4):225–230. (In Russ.)
4. Platon. Gosudarstvo. Saint Petersburg: Azbuka–Attikus; 2018. (In Russ.)
5. Berkli D. Sochineniya. Ed. by I.S. Narskov. Moscow: Mysl'; 2000. (In Russ.)
6. Gavrilov AA. Mediareal'nost' kak tip virtual'noi real'nosti. Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. *Voprosy teorii i praktiki*. 2011;11:45–47. (In Russ.)
7. Ocheretyany KA, Lenkevich AS. Media philosophy: between the reception and interpretation. *Observatory of Culture*. 2017;14(1):12–18. (In Russ.) DOI: 10.25281/2072-3156-2017-14-1-12-18
8. Ioseliani AD, Tskhadadze NV. Iskusstvennyi intellekt: sotsial'no-filosofskoe osmyslenie. *Meditina. Sotsiologiya. Filosofiya. Prikladnye issledovaniya*. 2019;(2):196–202. (In Russ.)

Информация об авторах

Светлана Васильевна Ромаданова — аспирантка кафедры «Философия и социально-гуманитарные науки», ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», Самара, Россия.
E-mail: s-romadanova@yandex.ru

Наталья Семеновна Мухаметшина — доктор политологических наук, профессор, профессор кафедры философии ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», Самара.
E-mail: nmukhametshina@mail.ru

Information about the authors

Svetlana V. Romadanova — post graduate student of the Department of Philosophy and Social and Humanities, Samara State Technical University, Samara, Russia. **E-mail:** s-romadanova@yandex.ru

Natalya S. Mukhametshina — PhD (Political Science), Professor, Professor of the Department of Philosophy, Samara State Technical University, Samara. **E-mail:** nmukhametshina@mail.ru