

Секция «31.3 Социология новых медиа и цифровые методы анализа общественных процессов»

Влияние СМИ на формирование доверия к искусственному интеллекту в России

Научный руководитель – Харсеева Алла Викторовна

Семчукова Анастасия Сергеевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

E-mail: nastya.sem140101@gmail.com

Актуальность темы исследования заключается, в том, что в обществе постмодерна, в условиях цифровизации, новые технологии, такие как, искусственный интеллект играют значимую роль в социуме. Данных технологий активно внедряются во все сферы социума, и как следствие проблема доверия к цифровым агентам и информации, получаемой в процессе взаимодействия с ними. Важно отметить, что искусственный интеллект обладает отличительными особенностями от других современных цифровых технологий (Big Data, блокчейн, чиплеты), а именно, у него имеется субъектность, то есть может выступать социальным актором в данном взаимодействии.[2, 2022] Отметим, что уровень интенсивности внедрения данной технологии зависит не только от уровня развития информационных технологий и их полезности для общества, но и формированием доверия общества к данной технологии в виду влияния средств массовой информации. Рассмотрим ряд факторов, обуславливающих актуальность выбранной темы:

1. технологии «искусственного интеллекта» активно внедряются жизнедеятельность общества – 65% организаций в мире в 2024 году являются пользователями данной технологии в бизнес-целях, согласно отчету McKinsey.[3, 2024]

2. уровень доверия к технологии «искусственный интеллект» в разных сферах жизнедеятельности общества варьируется, но все равно остается низким, например, по оценке ВЦИОМ в 2023 году более 76% пациентов не готовы доверять искусственному интеллекту при принятии решений, в образовательной сфере только 5% опрошенных считают допустимым применение технологий «искусственного интеллекта», к беспилотным автомобилям с использованием AI-технологий положительно относятся 40% респондентов, что свидетельствует о низком уровне доверия к данной технологии в обществе.[1, 2023]

3. роль государств в нормативном регулировании искусственного интеллекта, в целях обеспечения защиты прав пользователей и соблюдения этических норм, существенно растет во всем мире, только в 2022 году 127 стран выпустили различные законодательные акты в сфере регулирования иску, что непосредственно влияет на уровень доверия к данной технологии в обществе.[4, 2024]

Отметим, что значительное влияние на формирование представлений о новых технологиях, а также связанных с ними моделей поведения оказывают средства массовой информации. В современном обществе медиа, по сути, выступают одним из главных инструментов конструирования социальной реальности. Именно через информационное поле большинство людей, не имеющих непосредственного отношения к цифровой сфере, впервые знакомятся с понятием искусственного интеллекта, узнают о его возможностях, потенциальных угрозах и этических аспектах применения. Следовательно, можно утверждать, что именно СМИ во многом определяют уровень общественного доверия к технологиям искусственного интеллекта. Особую актуальность данному вопросу придает стремительное развитие

социальных сетей, которые сегодня, как известно, выступают одним из ключевых источников информации для значительной части населения.

Несмотря на значительное количество исследований, рассматривающих феномен формирования доверия к искусственному интеллекту и влияние средств массовой информации на общественные процессы, важно отметить, что вопрос о непосредственной роли СМИ в формировании доверия к искусственному интеллекту остается слабо изученным. Важно, что в социологической науке до сих пор не выработано целостной, прошедшей эмпирическую апробацию методики, позволяющей всесторонне оценить влияние СМИ на формирование доверия к искусственному интеллекту. Что по мнению автора обусловлено, тем, что степень изученности темы ограничена относительной новизной технологии. Отметим, что при изучении темы важно опираться как отдельные научные статьи, так и регулярные отчеты организаций консалтингового профиля, где представлены значимые количественные и качественные показатели по теме исследования.

Целью данного исследования является разработка методологии оценки роли СМИ в формировании доверия к технологии "искусственный интеллект" в Российской Федерации.

Задачи данного исследования:

1. обобщить существующие теоретические подходы к пониманию феномена доверия к искусственному интеллекту;
2. раскрыть теоретические аспекты роли средств массовой информации в формирование общественного восприятия искусственного интеллекта и доверия к данной технологии;
3. проанализировать имеющиеся методики оценки воздействия СМИ на восприятие новых технологий, выявив их применимость и ограничения в контексте изучения искусственного интеллекта.
4. обобщить и систематизировать методические подходы к измерению уровня доверия к технологиям искусственного интеллекта.
5. сформулировать теоретическую модель исследования и предложить операционализацию ключевых понятий, необходимых для построения методологии.
6. разработать комплексную методологию эмпирического социологического исследования, направленного на измерение влияния СМИ на уровень доверия к искусственному интеллекту.
7. сконструировать инструментарий, обеспечивающий возможность корреляции данных о содержании медиа-контента с показателями доверия к искусственному интеллекту.
8. апробировать предложенную методологию в рамках эмпирического исследования.
9. верифицировать разработанную методологию, а также выявить ключевые факторы и закономерности влияния СМИ на процесс формирования доверия к искусственному интеллекту в российском контексте.

Объектом исследования – доверие к искусственному интеллекту.

Предмет настоящего исследования – влияние средств массовой информации на формирование доверия к искусственному интеллекту в социальном и цифровом пространстве в России, а также способы его социологической оценки.

Методы исследования: систематизация, сравнительный анализ, контент-анализ средств массовой информации, анкетный опрос, корреляционный анализ, компьютерные методы анализа данных.

Теоретическая значимость работы состоит в создании научного знания о механизмах медиавоздействия в условиях цифрового общества. В ходе исследования предложена теоретически обоснованная модель, раскрывающая характер влияния средств массовой информации на формирование установок доверия к новым технологиям, а также разработана и апробирована комплексная методология оценки данного влияния, объединяющая анализ медиаконтента и измерение социальных установок. Практическая значимость ис-

следования определяется возможностью использования разработанного инструментария в деятельности исследовательских центров и организаций ИТ-сектора. Предложенная методология и конкретные методические решения могут найти применение как в академических исследованиях, так и в прикладных коммерческих исследованиях, направленных на изучение общественного восприятия технологий "искусственный интеллект".

На основе проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

1. в результате теоретического анализа установлено, что доверие к искусственному интеллекту представляет собой сложный социальный феномен, формирующийся под воздействием как объективных характеристик технологии, так и субъективных факторов, среди которых особое место занимает средства массовой информации, выступающие ключевым агентом конструирования общественного восприятия новых технологий в условиях цифрового общества, не смотря на рост влияния социальных сетей на общественное мнение;
2. разработанная и апробированная в ходе исследования комплексная методология, объединяющая контент-анализ медиа и массовый опрос, валидна и дает возможность эмпирически верифицировать наличие статистически значимой корреляции между характером освещения темы искусственного интеллекта в СМИ и уровнем доверия к данной технологии среди различных групп населения Российской Федерации
3. по результатам эмпирического исследования выявлены ключевые факторы медиавлияния: выявлено, что тональность сообщений, частота упоминаний и тематическая направленность публикаций об искусственном интеллекте в значительной степени определяет уровень общественного доверия.

Источники и литература

- 1) ВЦИОМ. «Доверие к ИИ: аналитический обзор» [Электронный ресурс]. — М.: ВЦИОМ, 2023. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-k-ii>
- 2) Искусственный интеллект и общественное развитие: новые возможности и преграды: XVI Международная научная конференция «Сорокинские чтения – 2022» ; 21 февраля 2022 г. : Сборник материалов. – Москва: МАКС Пресс, 2022. – 610 с.
- 3) McKinsey & Company. The state of AI in 2024 [Электронный ресурс]. – McKinsey & Company: QuantumBlack, 2023. – URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai>
- 4) Stanford HAI. «AI Index Report 2024» [Электронный ресурс]. — Stanford, CA: Stanford University, 2024. — URL: https://aiindex.stanford.edu/wp-content/uploads/2024/05/HAI_AI-Index-Report-2024.pdf