

Репрезентация искусственного интеллекта в видеопроектах в стиле инфотейнмент

Научный руководитель – Тарасенко Артур Станиславович

Хрищанович Евгения Алексеевна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Москва, Россия

E-mail: khrishchanovich.zhnya@gmail.com

Изучение репрезентации искусственного интеллекта (ИИ) в медиа становится все более актуальным в связи с быстрым развитием подобных технологий. С 1950 г. по 2010 г. было создано 142 проекта, связанных с развитием ИИ, а с 2010 г. до текущего момента уже 695 [7]. Также по данным PitchBook [9], в 2023 году инвесторы вложили 29,1 миллиарда долларов в около 700 сделок, связанных с генеративным ИИ, что более чем на 260% больше, чем в предыдущем году.

Видеопроекты в стиле инфотейнмент являются важной средой распространения информации об ИИ. На каналы, производящие видео в стиле инфотейнмент и, в том числе, снимающие видео про ИИ, подписаны миллионы человек (ТОПЛЕС (6,9 млн подписчиков) [6], Utopia Show (5,9 млн) [7], Правое полушарие интроверта (2,3 млн) [5]), однако мало изучены характерные визуальные образы и тематики, используемые в видео про ИИ.

Евгения Драгун утверждает [1], что важными характеристиками инфотейнмента являются аттракция (привлечение внимания) и фасцинация (удержание внимания, повышение уровня восприятия). Они достигаются за счет разнообразия визуальных приёмов, «овеществления» абстрактных понятий и др.

Для исследования были отобраны 10 видеопроектов на YouTube, подходящих под эти критерии (4 русскоязычных и 6 англоязычных), отфильтрованные по релевантности и количеству просмотров. Отбор проводился в режиме «Инкогнито» с поисковыми запросами «искусственный интеллект это» и «artificial intelligence is». Длительность видеороликов — от 4 до 20 минут.

В исследовании рассматриваются два уровня репрезентации ИИ: визуальный и тематический. Шани Оргад, ссылаясь на Стюарда Холла [2], утверждает [4], что именно эти уровни формируют передаваемые в медиа идеи, а значит и представление об этих идеях у аудитории.

В качестве метода исследования был выбран контент-анализ [3]. Это количественный метод, который упростило последующее сравнение частотности представления различных тем и образов в исследуемых видеопроектах. К тому же, это универсальный метод, который может быть применён и к анализу визуальных образов, и к анализу тематик.

Контент-анализ был проведён в три этапа.

Первый этап представлял собой первичный анализ видео для составления кодировочного листа. Отмечались наиболее часто встречающиеся визуальные образы и темы.

На втором этапе полученная информация систематизировалась: выделялись общие образы и темы, встречающиеся в видеопроектах не менее 2-ух раз, и дополнялась наблюдениями из теоретической части исследования. (В частности речь идёт о кодировании тематического блока про потенциальные опасности ИИ). Таким образом было составлено 2 кодировочных листа: для визуального ряда и для тематического. В кодировочном листе для визуального ряда было выделено 4 общих визуальных блока с 20 кодами суммарно. В кодировочном листе для тематики — 3 общих тематических блока с 26 кодами в сумме.

При кодировке учитывался только факт использования образа в видеопроекте. Частотность появления этих образов в исследовании не рассматривалась.

Третьим этапом контент-анализа стало кодирование выборки. Если код встречался в видеопроекте хотя бы один раз, то в ячейку на пересечении названия кода и видеопроекта записывалась цифра «1». Иначе ячейка оставалась пустой.

Далее методом сравнительного (компаративного) анализа полученные данные интерпретировались, выявлялись доминирующие темы и визуальные образы.

Основные визуальные образы включали антропоморфных роботов, человеческий мозг, диаграммы, программный код, ученых и офисные пространства. Наиболее часто использовались изображения, поясняющие принципы работы ИИ, такие как персептрон. В некоторых видео также встречались кадры из фильмов и сериалов, связанных с ИИ.

Тематически видеопроекты фокусировались на двух ключевых направлениях: «ИИ как феномен» и «Применение ИИ». Тематический блок «Опасности ИИ» встречался реже, при этом основной обсуждаемой проблемой была потеря контроля над ИИ и возможные риски для человечества. Среди областей применения наиболее часто упоминались автономный транспорт и компьютерное зрение.

Выявлены случаи подмены терминов и некорректного описания технологий в видеопроектах.

Источники и литература

- 1) Драгун Е. М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры. Дисс. на соиск. уч. ст. канд. культурологии. 2015.
- 2) Hall S. The Work of Representation. In S. Hall (Ed.), Representation: Cultural Representation and Signifying Practices // Sage. – 1997. – P. 13-58.
- 3) Krippendorff K. Content analysis: An introduction to its methodology. – Sage publications, 2018.
- 4) Orgad S. Media representation and the global imagination. – John Wiley & Sons, 2014
- 5) Правое полушарие интроверта // YouTube URL: <https://www.youtube.com/@artforintrovert> (дата обращения: 16.06.2024).
- 6) ТОПЛЕС // YouTube URL: <https://www.youtube.com/@toplesofficial> (дата обращения: 16.06.2024).
- 7) Computation used to train notable artificial intelligence systems // Our World in Data URL: <https://ourworldindata.org/grapher/artificial-intelligence-training-computation> (дата обращения: 07.06.2024).
- 8) Utopia Show // YouTube URL: <https://www.youtube.com/@UtopiaShow> (дата обращения: 16.06.2024).
- 9) VCs are turning more attention to vertical AI startups in a bid to capitalize on the AI boom // PitchBook URL: <https://pitchbook.com/news/articles/vertical-ai-vc> (дата обращения: 01.06.2024).