

Секция «Инновационные коммуникации в креативных индустриях»

**Инновационные коммуникации в креативных индустриях: симбиоз
искусственного интеллекта и человека как новая парадигма аудиовизуального
диалога**

Научный руководитель – Вартанова Елена Леонидовна

У Цзиньфань

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: xiaofan66272@gmail.com

Ключевые слова: медиатизация, гибридная коммуникация, цифровая антропология, инновационные коммуникации, искусственный интеллект.

Введение.

В условиях цифровизации креативных индустрий трансформируются как производственные процессы, так и природа коммуникации между создателями, аудиторией и технологическими платформами. Настоящее исследование посвящено анализу инновационных коммуникационных стратегий, возникающих в результате симбиоза искусственного интеллекта (ИИ) и человека, и их влиянию на формирование новых моделей аудиовизуального диалога.

Теоретическая рамка.

В отличие от традиционных моделей медиакоммуникации (Хабермас Ю., 1981), предлагаемая трехсторонняя парадигма – человек → ИИ, ИИ → аудитория, аудитория → ИИ – формируя гибридную коммуникативную модель, актуализирует роль ИИ как самостоятельного актора. Новизна модели заключается в интеграции алгоритмической генеративности с механизмами обратной связи, что способствует созданию персонализированного контента и формированию новых смысловых кодов. Теоретическая база исследования опирается на работы российских исследователей (Манович Л.З., 2018; Вартанова Е.Л., 2022), китайских авторов (Ван Син, 2022; Чанфэн Чен, 2023) и международные исследования в области AI-эстетики.

Методы и результаты.

Методы: Применён комплексный подход, включающий:

- Дискурс-анализ взаимодействия с ИИ-инструментами (например, GPT-4 для сценариев, MidJourney для визуалов);
- Экспериментальное исследование эмпатических реакций аудитории (с использованием EEG и анкетирования);
- Семиотический анализ визуальных нарративов по методологии Эко.

Результаты: Анализ кейс-стади выявил следующие примеры инновационных коммуникаций:

● **Международный пример:** Проект TikTok Interactive Series, где ИИ-алгоритмы на основе анализа пользовательских взаимодействий (лайки, время просмотра) мгновенно корректируют сюжетную линию, создавая нелинейный нарратив. И также он внедрил технологию распознавания лиц. Эта технология упрощает использование эффектов и фильтров, делая взаимодействие с короткими видео более ярким и увлекательным.

● **Российский пример:** проект компании «Яндекс» — «Смарт-функции: новая технология управления телевизионными станциями с помощью Алисы», который делает процесс поиска, выбора и взаимодействия с контентом на телеканалах более удобным для пользователей.

● **Китайский пример:** Китайское государственное агентство «Жэньминь жибао» использовало технологии искусственного интеллекта для создания видео в стиле «Гуочао» ([U+56FD] [U+6F6E]), в котором реальные съемки были интеллектуально дополнены AI-сгенерированными кадрами, демонстрируя величественные пейзажи Китая..

Заключение.

Интеграция ИИ формирует гибридную коммуникационную экосистему, в которой стираются границы между создателем, медиатором и потребителем. При этом актуализируются вопросы цифровой этики: прозрачность авторства и риск манипуляции через гиперперсонализацию. Предложенная модель вносит значительный вклад в цифровую антропологию и теорию медиакommunikации, открывая перспективы для дальнейших исследований и развития регуляторных рамок.

Источники и литература

- 1) Хабермас Ю. «Теория коммуникативного действия». М.: Политиздат, 1981.
- 2) Манович Л.З. The Language of New Media. Cambridge, MA: MIT Press, 2001.
- 3) Манович Л.З. AI Aesthetics. Moscow: Strelka Press, 2018.
- 4) Рондерос М.Т. Искусственному интеллекту нужна настоящая журналистика [Электронный ресурс] / М.Т. Рондерос // OSF Journalism. 2018. Режим доступа: <https://medium.com/innovation-in-journalism>.
- 5) Вартанова Е.Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813. EDN GCSXXI // Меди альманах - 2022. - № 1 (108). - С. 8-13.
- 6) Шваленко А. В. ,Фадеева Е.А. Влияние искусственного интеллекта на креативные индустрии: тенденция и перспективы // Вестия Волгоградского государственного университета. Экономика. - 2022. - Т. 24, №3.-С. 44-39 DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu .2022.3.4>
- 7) AI in the Media and Creative Industries. [Электронный ресурс] / New European Media. (Version 1 - April 2019) / Режим доступа: <https://arxiv.org/pdf/1905.04175>.
- 8) Ю Гоумин, Лань Мэйна, Ли Вэй. Интеллектуализация: ключевая логика инноваций будущих коммуникационных моделей — с анализом базовой операционной парадигмы «искусственный интеллект + медиа» // Журналистика и письмо. — 2017, №3: 5. DOI: 10.3969/j.issn.1002-2295.2017.03.010.
- 9) Цю Юньцян, Чэнь Чанфэн. Черный ящик: трансформация модели производства новостей под влиянием технологий искусственного интеллекта // Журналистика. — 2018, №1: 7. DOI: CNKI:SUN:NEWS.0.2018-01-006.
- 10) Чэнь Чанфэн, Янь Цяо. Будущее трансформации медиаэкологии и человеко-машинной коммуникации // Молодой журналист. — 2023, №2: 12–15.