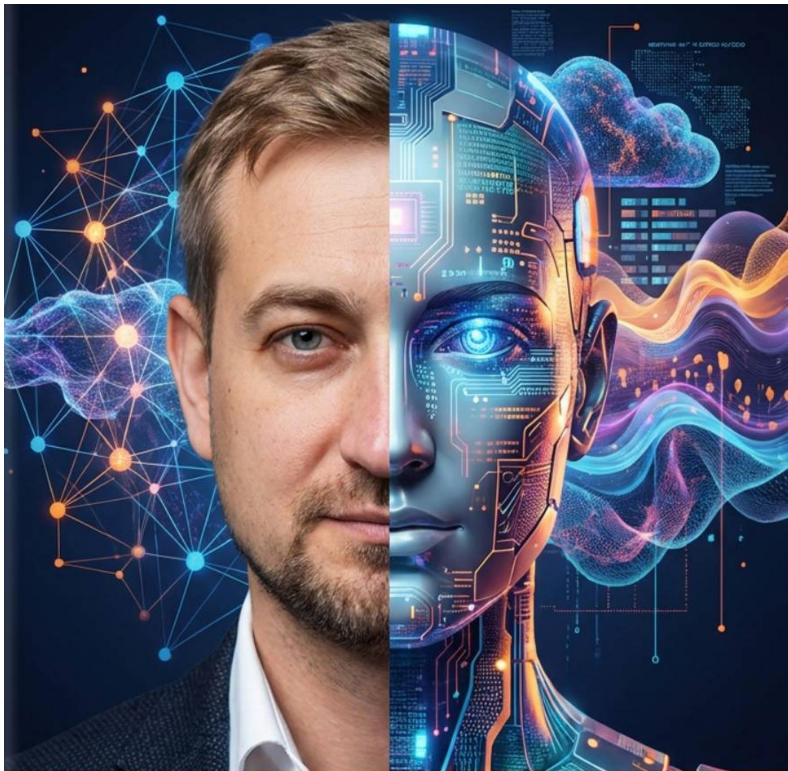




ИНСТРУМЕНТ, КОТОРЫЙ СТАЛ СРЕДОЙ.

Как ИИ незаметно забирает смыслы,
доверие и творчество у людей.

Игорь Беспалов

18+

Игорь Беспалов

Инструмент, который стал средой. Как ИИ незаметно забирает смыслы, доверие и творчество у людей

*<https://litres.ru/74505984>
SelfPub; 2026*

Аннотация

Книга исследует парадокс: чем активнее медиапрофессионалы используют искусственный интеллект, тем меньше они удовлетворены работой и тем меньше аудитория доверяет контенту. Автор анализирует влияние ИИ через призму различных аспектов — аксиологический, психологический, социологический, маркетинговый, политологический, медийный и технологический. Показано, как инструмент незаметно превращается в среду, формирующую смыслы, и почему Homo Promptus (человек, мыслящий запросами) и Homo Cynicus (потребитель, утративший веру в сопротивление) приходят на смену прежним фигурам. Технические ограничения моделей — галлюцинации, непрозрачность — не гарантируют контроля. ИИ остаётся инструментом лишь до тех пор, пока человек сохраняет способность проверять, оценивать и нести ответственность.

Книга предлагает сценарии будущего и рекомендации для медиаспециалистов, аудитории и исследователей. Книга основана на изучении зарубежного опыта.

Содержание

Вначале	5
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Игорь Беспалов

Инструмент, который стал средой. Как ИИ незаметно забирает смыслы, доверие и творчество у людей

Вначале

Дорогой читатель!

Представьте, что вы утром открываете ленту новостей. Заголовки, тексты, изображения, короткие видео — всё это могло быть создано человеком, а могло быть сгенерировано машиной. Вы не всегда можете отличить одно от другого. И даже если можете — вы не всегда знаете, кто именно стоит за материалом: журналист, редактор, алгоритм или их невидимое сочетание.

Эта книга — о том, что происходит с нами, когда искусственный интеллект перестаёт быть просто помощником и незаметно становится средой, в которой мы мыслим, творим и принимаем решения. Она о парадоксе, который многим кажется необъяснимым: чем активнее работники медиа ис-

пользуют искусственный интеллект, тем меньше они удовлетворены своей работой. И чем больше содержания создаётся с его помощью, тем меньше аудитория доверяет этому содержанию.

Сразу оговорюсь о важном. Эта книга основана на зарубежных источниках и изучении зарубежной практики. Я анализирую исследования, опубликованные в ведущих международных журналах, отчёты аналитических центров Европы и США, экспериментальные данные, полученные в университетах разных стран. Я рассматриваю, как искусственный интеллект встраивается в медиапроизводство, политические коммуникации, маркетинг и повседневную жизнь за пределами России. Российская действительность в области искусственного интеллекта в этой работе не рассматривается — не потому, что она не важна, а потому, что она требует отдельного, самостоятельного исследования, учитывающего национальные особенности, регуляторные рамки и культурные контексты.

Однако здесь есть принципиальный момент, который я прошу вас держать в уме на протяжении всего чтения. С точки зрения понимания логики исторического развития тренды, которые зарождаются в других странах, рано или поздно приходят и в российскую действительность. Это не означает механического копирования. Это означает, что процессы, которые сегодня кажутся далёкими, завтра могут стать повседневными. Технологические, социальные и культурные

сдвиги, описанные в этой книге, не являются локальным феноменом Запада. Они являются частью глобальной динамики, которая разворачивается с разной скоростью в разных контекстах.

В 2023 году в мире информации произошла тихая революция. Крупнейшие издательства, телеканалы и независимые создатели начали встраивать генеративные модели в повседневную работу. К 2026 году это стало почти повсеместным. Но за фасадом технологического оптимизма скрывается вопрос, на который до сих пор нет удовлетворительного ответа.

Опрос 797 работников медиасферы в восьми европейских странах показал: 88% из них экспериментируют с искусственным интеллектом. Однако внедрение остаётся неравномерным. Частота использования и самооценка готовности отстают от благих намерений. Среди журналистов и преподавателей коммуникации уровень внедрения оказался самым низким. Маркетологи демонстрируют более высокие показатели. Но самое тревожное — доверие аудитории к ответам ИИ-собеседников остаётся на уровне около 20%. Это значительно ниже, чем доверие к новостям в целом.

Почему так происходит? Ответ не лежит на поверхности. Он требует различения между двумя способами использования искусственного интеллекта. Первый — инструментальный: машина расширяет ваши возможности, но вы сохраняете контроль над целями и критериями. Второй — средовой:

вы начинаете мыслить, творить и оценивать *через* машину, а не сней. В этот момент инструмент перестаёт быть инструментом. Он становится средой, которая формирует содержание, но не несёт за него ответственности.

Главный вопрос этой книги можно сформулировать так: **при каких условиях искусственный интеллект остаётся инструментом в руках человека, а не становится источником содержания, вытесняющим человеческую субъектность из процесса создания смыслов?**

Ответ на этот вопрос требует отказа от технологического детерминизма — представления о том, что технология развивается по собственным законам и неизбежно определяет социальные отношения. Напротив, я приглашаю вас сосредоточиться на практиках использования, институциональных контекстах и ценностных ориентациях. Именно они определяют, как именно искусственный интеле

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.