

Научная статья
УДК 14
doi: 10.17223/15617793/516/8

Нейросетевая перспектива трансформации понятия «медиа»

Софья Владимировна Тихонова¹, Регина Владимировна Пеннер^{2, 3}

¹ Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия

² Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия

³ Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия

¹ segedasv@yandex.ru

^{2, 3} penner.r.v@gmail.com

Аннотация. Авторы ставят целью уточнение категории медиа для того, чтобы обеспечить ее релевантность задачам исследования нейросетей. Рассматривая концептуальную эволюцию категории, они показывают ее связь с техническим прогрессом, благодаря которой прорывные технологии коммуникации вызывают рост исследовательского интереса к медиа, направленного на установление принципиальных отличий нового канала от старых. Представлена авторская дефиниция медиа как физических инструментов совместного создания смыслов, сложность конфигурации которых в отдельных случаях способна продуцировать коммуникационную среду, осуществляющую тотальную селекцию культурных смыслов для индивида.

Ключевые слова: медиа, нейросети, цифровое общество, актантность, медиальность, алгоритмическая культура

Для цитирования: Тихонова С.В., Пеннер Р.В. Нейросетевая перспектива трансформации понятия «медиа» // Вестник Томского государственного университета. 2025. № 516. С. 67–74. doi: 10.17223/15617793/516/8

Original article
doi: 10.17223/15617793/516/8

Neural network perspective of transforming the concept "media"

Sofya V. Tikhonova¹, Regina V. Penner^{2, 3}

¹ Saratov State University, Saratov, Russian Federation

² South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

³ Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russian Federation

¹ segedasv@yandex.ru

^{2, 3} penner.r.v@gmail.com

Abstract. The article explores the evolving concept of media in the context of neural networks and their growing influence on digital society. The authors aim to refine the definition of media to better align it with the study of neural networks, emphasizing the recursive relationship between technological progress and the conceptual evolution of media. The article argues that breakthroughs in communication technologies, particularly neural networks, have redefined the role of media, transforming it from a mere tool for information transmission to an active participant in the creation and dissemination of cultural meanings. The authors begin by tracing the historical development of media studies, highlighting how the field has evolved in response to technological advancements. They note that the conceptualization of media often lags behind the innovation cycle, yet each new medium provides a lens through which older media can be re-evaluated. This recursive dynamic is particularly evident in the discourse surrounding new media, which has shifted from traditional forms of communication to digital platforms that enable user-generated content and interactive engagement. The article introduces a novel definition of media as physical tools for collaborative meaning-making, whose complex configurations can generate communication environments that exert a totalizing selection of cultural meanings for individuals. This definition is then applied to neural networks, which are characterized by their ability to learn, adapt, and modify their behavior based on data inputs. The authors argue that neural networks represent a new form of media, one that not only transmits information but also actively shapes the cultural and social environment in which communication occurs. A key contribution of the article is the concept of actant mediality, which refers to the active role of neural networks in transforming and generating meanings. Unlike traditional media, which operate as passive channels for information transmission, neural networks function as dynamic agents that continuously adapt to user interactions. This adaptability allows neural networks to create algorithmic environments that mediate human communication, blurring the boundaries between human and machine agency. The authors also discuss the implications of neural networks for digital society, particularly in terms of their impact on information processing and cultural production. They highlight the growing role of neural networks in generating content, analyzing social networks, and even influencing human perception of reality. However, they caution against the potential risks associated with the unchecked use of neural networks, such as the proliferation of fake news and the ethical dilemmas

posed by autonomous decision-making systems. In conclusion, the article argues that neural networks represent a significant shift in the concept of media, transforming it from a static tool for communication to a dynamic, adaptive environment that actively participates in the creation and dissemination of cultural meanings.

Keywords: media, neural networks, digital society, actant, mediality, algorithmic culture

For citation: Tikhonova, S.V. & Penner, R.V. (2025) Neural network perspective of transforming the concept "media". *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 516. pp. 67–74. (In Russian). doi: 10.17223/15617793/516/8

Введение

Переход к технологиям сильного искусственного интеллекта, обозначенный недавним прорывом в генерации контента нейросетями, открывает не только новую страницу в отношениях «человек – машина», но, возможно, является точкой отсчета нового этапа в развитии цифрового общества. Несмотря на всплеск алармизма и усиление этических дискуссий об областях и границах допустимости использования нейросетей, пользователи и разработчики интенсивно взаимодействуют с последними, поддерживая логику ассистента (нейросеть реализует в тексте, звуке, изображениях и видео проекты, задуманные человеком, разгружая его от рутинных процедур, связанных с формированием инструментальных навыков и обработкой больших массивов информации, помогает ему и делает за него черновую работу).

С интеграцией нейросетей в нашу повседневность мечты человечества о создании равного себе получают все больше оснований. Однако, какой бы качественной ни была иллюзия субъектности нейросети, какой бы умной (в русском языке сложно передать точное значение слова «smart», а ставшая уже привычной калька не передает смыслов сообразительности, расторопности и остроумности, заложенных в нем) она не казалась в общении, сама нейросеть не перестает быть тем, что она есть онтологически – техническим средством коммуникации, сложным программным алгоритмом, опосредующим доступ человека к информации, представленной в поисковых системах. Общение с нейросетью является такой же частью работы канала, как переключение кнопок на ТВ-пульте, даже если со временем оно породит самостоятельную ветвь развлекательной индустрии. Истории инженерного дела известны отнюдь не единичные случаи, когда вторичная функция технического устройства затмевала изначальную, проектировавшуюся в качестве основной. Тем не менее, как бы человек не распорядился нейросетями, они останутся новым видом медиа, продолжающим коммуникационную революцию, начавшуюся с появлением интернета. Именно поэтому исследование нейросетей не может не входить в предметную область медиафилософии, теории медиа и медиаисследований. Появление нового объекта предполагает новую работу с категориальным рядом теории, необходимую для адаптации методологического инструментария к его особенностям. В рамках настоящей статьи мы сосредоточимся на теоретическом анализе медиальности нейросетей, пытаясь реконструировать идеальный объект, фиксируемый понятием «медиа», таким образом, чтобы он был пригоден к изучению нейросетей.

Новые старые медиа

Медиаисследования – одна из самых широких междисциплинарных областей в гуманитарной науке на сегодняшний день, которая вполне соответствует дисциплинарным критериям и которая сама же при этом пытается их превзойти как обременительное ограничение. На сегодняшний день сформулированы базовые подходы к самоопределению медиафилософии [1], теории медиа (медиалогия [2] и коммуникологии [3]); претендуют на определенную степень автономии в качестве новых направлений медиакультура [4] и медиаполитика [5]; флером респектабельной дисциплины с историей обладает теория массмедиа, более того, уже выдвинута идея о существовании медианауки как самостоятельной научной области, в которой осуществляется синтез многих гуманитарных наук в контексте исследования и образования [6. С. 86], а также изучение трех важнейших функций медиа – обработки, хранения и передачи данных [7. С. 94].

Длительность становления теории медиа объясняется как бесконечным разнообразием ее объекта, так и терминологической эволюцией, в ходе которой углублялась детализация процессов социальной коммуникации и непрерывно уточнялась роль используемых в ее рамках каналов. В XX в. эта область развивалась как теория коммуникации, классический этап которой был связан с исследованием живых и технических систем. Базовые теории в этой области, развивавшиеся с начала до середины XX в., от системного подхода до кибернетики, концентрировались на роли сигналов, используемых биологическими организмами или проектируемых человеком в технических устройствах; в первом случае рассматривалось их влияние на изменение поведения организма, во втором – совершенствовались технические средства связи, особенно используемые в целях военной разведки. После окончания Второй мировой войны активизируются социально-гуманитарные теории коммуникации: оформляется критическая теория Франкфуртской школы, акцентирующющая факт подчинения культуры технической рациональности и логике капитализма, превращение ее в отчужденную индустрию культуры; семиотика структуралистского и постструктуралистского толка, описывающая символические структуры общества потребления; закладываются основы постиндустриализма, в котором формируется модель сначала информационного, а затем и цифрового общества. Все три эти теоретические линии собираются в единый фокус благодаря идеям М. Маклюэна о заданности развития культуры развитием медиа. Эти идеи выступили фундаментом для технологического детерминизма, трактующего социальный прогресс как результат развития каналов

коммуникации. В этом ракурсе медиа определяются как движущая сила истории, поскольку именно они обеспечивают экспоненциальное расширение и усложнение форм человеческих сообществ, представляя собой конфигурации социального воспроизведения.

Новый импульс теоретического развития медиападигмы был обеспечен сначала планетарным распространением интернета, а затем – преодолением Великого разрыва как противопоставленности виртуальной реальности интернет-элит и офлайнового большинства благодаря сервисам социальных сетей [8]. Массы получили доступ к медиапространству не только в качестве реципиентов, потребляющих контент, но и в качестве коммуникаторов, контент создающих. С начала второго десятилетия нынешнего века одним из самых востребованных концептов медиаисследований становятся «новые медиа», или «социальные медиа», дефиниции которых акцентировали либо их специфическую структуру, описываемую математическим графом [9], либо гибридный, мультимедийный характер отправляемых через них сообщений, «совокупность цифровых платформ (программных систем, сервисов), предназначенных для взаимодействия пользователей в сети Интернет путем публикации и распространения личной, коммерческой или общественно значимой информации в текстовой, знаковой, аудиальной и визуальной форме, адресованной ограниченному или неограниченному кругу лиц в целях получения ответной реакции» [10. С. 8]. Поскольку структура графа не дает сообществ с длительным устойчивым членством без подкрепления их дополнительными активностями, в фокусе исследовательского интереса оказалась базовая единица коммуникации в новых медиа – медиатекст. Его мультимедийность обусловила гибридизацию классических жанров журналистики [11], трансформацию традиционных форм политического действия [12], появление массовых форматов активного коммуникационного взаимодействия по любым злободневным поводам [13]. И, конечно, новые медиа стали естественной средой обитания первого поколения цифровых аборигенов – детей, не видевших мира без интернета [14].

Визуализация перестала быть средством структурирования в печатных медиа [15] и превратилась в одну из ключевых характеристик новых медиа. Если десятилетие назад констатация текстогенности интернета являлась обоснованной и очевидной [16], то сегодня растет понимание о несводимости визуального к текстовому [17], подкрепляемое опытами исследования видеоигр, которые масштабно встраиваются в структуру и «ткань» социальных сетей [18]. Подходы, учитывающие вклад визуального в цифровой контент, в трафике которого в настоящее время видео и фотография доминируют над текстом, до сих пор находятся в стадии формирования. При этом соотнесение их с «кодовой изнанкой», находящейся «по ту сторону» пользовательского интерфейса и обеспечивающей их цифровую онтологию, является скорее исключением, чем правилом [19].

В целом к началу 20-х гг. XXI в. именно новые медиа становятся локомотивом теории медиа. Еще в 2017 г.

М.И. Макеенко был вынужден с сожалением констатировать низкий интерес российского научного сообщества к развитию теории [20. С. 3]. Продолжение его исследования показало медленное развитие цифрового сегмента теории медиа при доминировании классических (старых) методологических понятий теории журналистики [21]. Однако новые медиа актуализировали теоретическую проблематику, и уже в том же 2018 г. выходит статья В.В. Декалова, посвященная политическому направлению дигитальной критической теории медиа [22], в 2019 г. – статья Е.Л. Вартановой, отстаивающая национальный уклон в теоретизации медиа [23], в 2020 г. – статья Л.Н. Тимофеевой, направленная на поиски гармонизации политических процессов в старых и новых медиа в условиях новой социальности [24], в 2021 г. – статья В.Н. Филиппова, анализирующая новую архитектуру медиапространства в условиях доминирования новых медиа [25], и статья Е.А. Ионовой, также пытающаяся стабилизировать представление о структуре медиасферы, размытой вторжением новых медиа [26], в 2022 г. – статья А.В. Маркова, уточняющая теорию темных медиа как «слишком» хорошо работающих каналов, захватывающих повседневность [27]. Намечается исследовательская линия, пытающаяся интегрировать концепции новых медиа, распространение умных вещей и концептуализацию «природных медиа» – работы А.В. Резаева и Н.Д. Трегубовой, Н.Н. Сосны [28, 29], которые можно рассматривать как симптомы новой чувствительности к актантам и гибридам.

Начавшиеся в марте 2020 г. беспрецедентные карантинные меры в связи с пандемией COVID-19 вызвали первый в истории человечества массовый переход на удаленную работу и обучение. Значительно выросла онлайн-нагрузка и среднее экранное время, многие социальные нормы трансформировались ради адаптации к новым условиям. В этот период не было гуманитарной (и не только) дисциплины, не сосредоточившейся на осмыслении нового социального опыта. В рамках нашего исследования показательна работа Е.Ю. Коломийцевой, посвященная карантинной трансформации медиапотребления [30]. Массив исследований, посвященных прецедентным феноменам новых медиа, от мемов до вирусного контента, мы оставим за рамками нашего рассмотрения, отметив, что эта лавина эмпирического материала не могла не задать deductивный вектор его обобщения. И, действительно, мы видим серьезный и устойчивый интерес к медиатексту, пересборке медиа и цифровому повороту [31], который тем не менее оставляет в тени главное обстоятельство – «новые» медиа «постарели». Государственный контроль и медиаприсутствие государственных органов в социальных сетях криминализировало, т.е. превратило в уголовные преступления, деяния, которые не нарушили их нормативный порядок во времена зарождения интернета. Рутинизация – неизбежная фаза распространения любой успешной технологии, затронувшая социальные сети.

«Новым новым» трендом становятся нейросети. Они определенно вызывают любопытство у медиаисследователей [32]. Однако резкий скачок в развитии

нейросетей, произошедший в 2022 г., значительно определил научные прогнозы; научная рефлексия пока не успевает за ним, часто продуцируя некритичный алармизм. Возможно, сформированная научной фантастикой антропоморфная мифология затемняет медиальную сущность нейросетей, но как минимум в результате почти изначальной интеграции этой технологии с самыми распространенными социальными сетями, промпт-инжиниринг рано или поздно окажется в фокусе теории медиа. Для того чтобы приблизить этот момент, мы попытаемся откалибровать понятие медиа таким образом, чтобы оно было пригодно и для анализа нейросетей.

Конструируя понятие медиа: канал vs среда

Пересборка понятия медиа требует последовательной проработки заложенных в него смыслов, позволяющей проследить ретроспективную логику в методологическом применении понятия и развить ее, т.е. сделать пригодной для тех ситуаций, когда само понятие изначально не предназначалось, но которые сами по себе являются однопорядковыми или смежными с исходным классом явлений. Онтологически число медиа безгранично, поскольку медиальность – это приспособление физических свойств объекта к передаче сообщения, зависящая исключительно от человеческой изобретательности. В той степени, в которой речь идет о создаваемых и понимаемых человеком смыслах, медиальность есть антропная характеристика, хотя в ее основе лежат физические свойства материи, обуславливающие следообразование, биологические закономерности, приводящие к появлению сигнальных систем. Термином медиа фиксируются материальные объекты, привычно используемые человеком в качестве средств коммуникации, и эта привычность предполагает устойчивый, закрепившийся характер, транспоколенческий или массовый. Естественные средства коммуникации являются продуктом антропогенеза, позволившего человеку превратить свое тело в культурный инструмент для производства знаков, «отшлифовав» его биологические возможности. Искусственные средства коммуникации являются продуктом человеческой деятельности (артефактами). И те и другие противопоставляются в силу традиции и дефицита данных для полной модели реконструкции антропогенеза: современный человек социализируется, будучи погруженным в огромный культурный опыт соматического контроля, его шансы на изобретение принципиально новых способов применения своей телесности в коммуникационных целях ничтожно малы, тогда как поле для технических экспериментов у него бесконечно. «Естественные» каналы, от речи до танца, воспринимаются как константа, от их рукотворности можно легко абстрагироваться в типизированной социализации, но тем не менее они так же материальны, как и искусственные каналы, а их появление так же вызвано человеческой культурой, правда, в ее доисторический период.

Хотя единство канала и кода в работе средства коммуникации не вызывает сомнений, домinantная роль

принадлежит каналу, который выступает материальным субстратом сообщения, поскольку именно его физические характеристики лежат в основе структурирующего кода. Вычленять код в функционировании объекта – значит превратить объект в средство коммуникации. Именно поэтому маклюэновская формула «*the medium is the message*» всегда работает.

А.В. Соколов определяет канал коммуникации как «реальную или воображаемую линию связи (контакта), по которой сообщения движутся от коммуниканта к реципиенту» [33], акцентируя при этом понятие связи («Наличие связи – необходимое условие всякой коммуникационной деятельности» [33]). Обычно в этом определении акцентируется понятие связи, но, на наш взгляд, в его основе в качестве глубинной интуиции лежит топологическая метафора линии. «Контакт» в определении А.В. Соколова – это пространственное обозначение прикосновения, которое невозможно осуществить посредством человеческого тела, усиливается значением самого термина «канал», изначально обозначающего трубу, желоб, полое пространство, русло. Реки выступали древнейшей транспортной сетью, а их пересохшие русла и в наши дни выполняют функцию естественных дорог. По дорогам для регулярного сообщения отправлялись гонцы, передававшие послания сначала устные, а затем и письменные. Внутри человеческих поселений, там, где распорядок взаимодействия фиксируется социальными нормами, само коммуникационное взаимодействие циркулярно, а плотность его высока, метафора линии работает редко. Многочисленные коммуникационные акты повседневности плетут коконы сложных стереометрических фигур, образуя среды-пространства, в которых действуют разные системы статусов и перемещение между которыми требует обрядов перехода. В архайических поселениях и древних городах мы наблюдаем четкие иерархические пространственные ареалы, центром которых является целла храма, доступная лишь для жрецов. Антиподом целлы выступает серединное пространство, предназначенное для общих собраний, разделов добычи, погребальных игр [34]. Высокая коммуникационная плотность обеспечивает связь как отношение общности.

В древности миры обжитых городских территорий соприкасаются благодаря линиям сухопутных и водных маршрутов. Может ли линия дороги играть роль среды? Может, если сообщения проходят по ней регулярно и часто. В этом случае дорога обеспечивает связь как отношение согласования, именно его мы наблюдаем в примерах отношений между метрополией и колониями. С развитием массовой коммуникации линии соглашающихся маршрутов становятся прямыми (по крайней мере стремятся к таковым), заданными траншеями укладки кабеля или вектором движения волны от передатчика к приемнику. Массмедиа работают линейно, что и отражает ряд ранних теорий «волшебной пули», описывающих работу каналов типа радио и телевидения, формируя асимметричные социальные ансамбли типа пирамиды.

Начало размывания линейных представлений о медиа положено кабельным телевидением и французской

информационной системой «Минитель». Триумфальное шествие нелинейности в дискурсе о медиа связано с распространением интернета, технология которого предполагает разбивку сообщения на фрагменты, отправляемые получателю разными маршрутами и собирающиеся на месте в единое целое по протоколам. Горизонтальные связи в интернете легко устанавливаются потому, что реципиенты не связаны каналом по прямой. В этом контексте отчетливо проявляется образ медиа, смоделированный как среда, в которой можно по своему желанию прокладывать любые линии и двигаться по ним несколько раз. Среда никогда не бывает пассивной и всегда требует адаптации. Так мы получаем определение медиа как инструмента совместного изменения смысла, способного создавать социальную среду, пространственно объединяющую разрозненных индивидов.

Актантная медиальность: нейросеть

Актантная медиальность, интерпретируемая через призму нейросетей, представляет собой консективный виток размышлений о природе медиа как одновременно среды, фона, условия и агента коммуникации. Нейросеть выступает не только средством передачи информации, но и актантом, активно преобразующим смыслы. Ее архитектура – слои нейронов, соединенные нелинейными связями, – моделирует саму природу современной медиальной среды, где информация не просто движется, а преобразуется на каждом этапе. Это создает условия, в которых реципиенты перестают быть пассивными участниками. Подобно тому, как интернет позволил прокладывать любые линии в коммуникации, нейросети предлагают новый уровень «свободы»: линии не только протягиваются, но и динамически трансформируются, адаптируясь к текущему контексту взаимодействия.

Этот новый виток свободы чеканно зафиксирован в технологическом прогнозе на 2025 г., в рамках так называемой третьей волны развития искусственного интеллекта, при которой предполагается «расцвет» AI Agent, или умных агентов. Согласно позиции М. Бениоффа – одного из ведущих разработчиков из сферы, главного исполнительного директора облачной компании “Salesforce”, умные агенты уже сегодня все чаще используются для автономного решения типовых задач; в обозримом будущем спектр их возможностей значительно вырастет, что, в свою очередь, выступит стимулом для трансформаций в мировой экономике [35].

Множественность задач, непосредственно решаемых сегодня нейросетями, утверждает их актантную медиальную природу. Science & Technology Studies вообще и акторно-сетевая теория в частности уже больше половины столетия заявляют о симметрии материального и социального порядков. Б. Латур и С. Вулгар в некотором смысле восстановили материальное в социальных правах [36]. В качестве своей первой иллюстрации они обратились к научной лаборатории, где зафиксировали акторную роль оборудования как полноправного участника в научном открытии. Позже Б. Латур концептуализирует актантную перспективу в прочтении социальной сети

[37]. Согласно его видению, социальная сеть включает множество социальных агентов различной природы; наряду с человеком, социальной группой или институтом организовывать или распределять сети способны материальные объекты, от дверной ручки до втулочного насоса. Здесь мы словно натыкаемся на некоторый парадокс в идентичности социального агента: в первой иллюстрации перед нами статика дверной ручки, посредством которой организованы потоки движения; во второй – текучая идентичность насоса, подстраивающегося под структуру почвы. Представленный парадокс отражается и в нейросети. По сути, нейросеть есть программа, которая, в свою очередь, невозможна без «питающего» ее железа. Помимо прочего, канву наших размышлений уточняет медийная природа нейросетей. Принципиальным для нас оказывается даже не то, что вместе с объектами материального и цифрового порядка нейросеть утверждается в своих социальных правах, но то, что наряду с этим утверждением нейросеть оказывает влияние на движение информационных потоков.

Нейросети можно считать новыми медиа хотя бы потому, что они расширяют и углубляют функционал традиционных медиа. Нейросети стали инструментом для создания контента в инфополе и в то же время для анализа социальных сетей [38]. Они будто перекроили принципы в создании, распространении и восприятии информации. Подобное перекраивание стимулирует производственный поток фейк-ньюс. Однако настоящую угрозу эти фейки несут только тогда, когда формируют понимательную оптику в видении мира большинства. Отчасти поэтому в пользовании нейросетей, с позиции создания своего и пользования чужого контента, оформляется автономное направление медиаграмотности, так называемый AI literacy, т.е. грамотность в отношении ИИ, ориентированная в числе прочего на выборку понимания «основных структур, которые оформляют и определяют ИИ, что позволит нам разрабатывать модели взаимодействия человека и ИИ, которые способны сохранить человеческое в человеке» [39].

В сравнении с традиционными медиа нейросети влияют на реальность посредством интерпретации потока данных и генерации соответствующего контента. В самой способности к обработке Big Data проявляется алгоритмическая рациональность нейросетей, т.е. опора на математически formalizуемые процедуры при работе с данными. Причем нейросети демонстрируют растущую динамику в обработке потока данных. Однако на конференции “NeurIPS”-2024 в Ванкувере Илья Суцкевер выступил с показательным заявлением “While compute is growing, the data is not growing, because we have but one internet”, которое прозрачно констатирует то, какой бы глобальной ни была сеть Интернет, она всего лишь одна. Тем не менее именно нейросети занимают ведущую роль в точности прогнозов в растущем числе направлений, от финансов до автономных транспортных систем [40]. В сравнении с традиционными медиа, которые по структурированным методологиям опираются на обработку данных «вручную», нейросети автономно учатся на неструктурированных данных, предлагая идеи, которые могут повлиять на принятие оптимальных решений [41].

Нейросети влияют на наше восприятие реальности, формируя то, как мы получаем, интерпретируем информацию и реагируем на нее. По аналогии с нейронами, нейросети обладают потенциалом изменить устойчивое отношение человека к чему-либо. Так, ученые из Института когнитивистики и нейробиологии Общества Макса Планка в одном из своих исследований продемонстрировали силу когнитивных конструктов в формировании реальности с помощью воображаемых сценариев [42]. Подобные иллюстрации указывают на то, что нейросети не только отражают, но и активно конструируют наше восприятие мира. Не всегда такое конструирование идет во благо человеку. К примеру, популярный сервис чат-ботов Character.AI, предлагающий услуги по настройке эмпатийного собеседника, в октябре 2024 г. получил иск от матери подростка, покончившего жизнь самоубийством после того, как ему запретили общаться с ботом «Дженерис» [43].

Выводы

Исходя из средовой концепции медиа, мы можем установить важнейший аспект актантной медиальности нейросетей, отличающий их от всех предшественников.

Им является способность нейросетей учиться и модифицироваться. Здесь среда не только требует адаптации, как это было в предыдущих концепциях медиа, но и сама адаптируется к пользователям, становясь одновременно и инструментом, и партнером в коммуникации. Это преобразует саму природу медиального опыта: он становится процессуальным, открытым и бесконечно изменчивым.

Социальная среда, формируемая нейросетями, уже не ограничивается пространственными или временными рамками. Она объединяет индивидов через алгоритмы, которые действуют как посредники и соучастники коммуникации. Нейросеть создает пространство, где диалог с машиной становится не менее важным, чем диалог между людьми. Более того, эти диалоги взаимно обогащают друг друга, формируя новые социальные смыслы.

In sum нейросети как медиальный актант не только размывают границы между субъектом и объектом, но и предлагают новое определение медиа. Это не просто инструмент передачи или совместного изменения смысла, но и автономная среда, где смыслы рождаются, преобразуются и распространяются в непрерывной взаимосвязи.

Список источников

1. Савчук В.В. Философия эпохи новых медиа // Вопросы философии. 2012. № 10. С. 33–42.
2. Debray R. Introduction a la mediologie. Presses Universitaires de France, 2000.
3. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации. М. : Дашков и К, 2010.
4. Джэнкис Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа. М. : Рипол-Классик, 2019.
5. Вартанова Е.Л. Медиаполитика: актуальный академический дискурс // Меди@льманах. 2019. № 1 (90). С. 8–17.
6. Кириллова Н.Б. Трансформация медиа науки в эпоху глобализации и цифровизации // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2024. Т. 9, № 1. С. 75–92.
7. Чубаров И. Медиа, медиа наука и философия медиа // Логос. 2015. Т. 25, № 2 (104). С. 92–105.
8. Jensen K.B. New Media, Old Methods – Internet Methodologies and the Online/Offline Divide // The Handbook of Internet Studies / ed. by M. Consalvo, C. Ess. Oxford, UK : Wiley-Blackwell, 2011. P. 43–58.
9. Чекимбаева К.С., Куаныш М. Анализ социальных сетей: от теории графов до приложений на python // Вопросы устойчивого развития общества. 2022. № 5. С. 1278–1283.
10. Друкер М.М., Яновская Г.В. Социальные медиа: подходы к дефиниции понятия // Медиаскоп. 2021. № 2. doi: 10.30547/mediascop.2.2021.2
11. Круглова Л.А. Гибридные медиа: роль видео в новых медиа // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 4. С. 101–105.
12. Вырковский А.В., Горбунова А.С., Давлетшина М.И. Новые медиа и политические процессы в постсоветских странах (на примере «цветных революций») // Медиаскоп. 2019. № 4. doi: 10.30547/mediascop.4.2019.8
13. Калякина К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. 2010. № 1. Ст. 6.
14. Годик Ю.О. «Цифровое поколение» и новые медиа // Медиаскоп. 2011. № 2. Ст. 9.
15. Газанджиев С.Г. Визуализация как средство структурирования содержания в печатных медиа // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 3. С. 10–14.
16. Шилина М.Г. Текстогенность как фактор трансформации коммуникации в XXI веке (К вопросу формирования инновационных концепций исследований медиа и PR) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2012. № 5. С. 108–117.
17. Сергеева О.В. Социология визуального: зрение, взгляд, изображение в цифровую эпоху. Введение к тематическому разделу // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2023. Т. 16. Вып. 2. С. 131–134.
18. Богост И. Бардак в видеоиграх // Логос. 2015. № 1 (103). С. 79–99.
19. Шаропова Н.Р. По ту сторону визуального: к критике ориентированных на вывод подходов в исследованиях новых медиа // Медиаскоп. 2017. № 4. URL: <http://www.mediaskop.ru/2390>
20. Макеенко М.И. Развитие теорий медиа в российских научных журналах в 2010-е гг.: результаты первого этапа исследований // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2017. № 6. С. 3–31.
21. Макеенко М.И. Направления трансформации теоретических подходов в российских исследованиях влияния цифровизации на медиа // Медиаскоп. 2018. № 3. doi: 10.30547/mediascop.3.2018.1
22. Декалов В.В. Дигитальная критическая теория медиа: основания и объяснительные возможности // Медиаскоп. 2018. № 2. doi: 10.30547/mediascop.2.2018.5
23. Вартанова Е.Л. О концептуальных основаниях теории медиа // Меди@льманах. 2019. № 3 (92). С. 8–16. doi: 10.30547/mediaalmanah.3.2019.816.
24. Тимофеева Л.Н. Новая социальность в информационной повестке дня: роль старых и новых медиа // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: История. Политология. Социология. 2020. № 2. С. 64–69.
25. Филиппов В.Н. Индустрия новых медиа в экосистемах новой реальности // Российская школа связей с общественностью. 2021. № 22. С. 109–126.
26. Ионова Е.А. Парадигма «новых медиа» и новые возможности для управляемости медиапространства // Коммуникология: электронный научный журнал. 2022. Т. 7, № 4. С. 34–50.

27. Марков А.В. К теории темных медиа // Артикульт. 2022. № 1 (45). С. 75–84. doi: 10.28995/2227-6165-2022-1-75-84
28. Резаев А.В., Трегубова Н.Д. Новые медиа и «умные вещи»: как новые технологии актуализируют различие между общением и коммуникацией? // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2019. № 1. С. 25–45. doi: 10.30547/vestnik.journ.1.2019.2545
29. Сосна Н.Н. Теории медиа: нормализация и вариантология // История философии. 2022. Т. 27, № 2. С. 64–73. doi: 10.21146/2074-5869-2022-27-2-64-73
30. Коломийцева Е.Ю. Новые медиа пандемии: пути трансформации // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2021. Т. 1, № 1 (34). С. 144–152. doi: 10.51965/2076-7919_2021_1_1_144
31. Вартанова Е.Л. «Пересборка» медиа: актуальные процессы трансформации в условиях цифровизации // Меди@льманах. 2023. № 3 (116). С. 8–16. doi: 10.30547/mediaalmanah.3.2023.816.
32. Давыдов С.Г., Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2023. Т. 48, № 5. С. 3–21. doi: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321
33. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002.
34. Detienne M. *Les Maîtres de vérité dans la Grèce archaïque*. Paris : François Maspero, 1967.
35. Big ideas in tech 2025 // American Dynamism. 2024. URL: <https://a16z.com/big-ideas-in-tech-2025/> (дата обращения: 20.12.2024).
36. Latour B., Woolgar S. *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts*. Beverly Hills : Sage Publications, 1979.
37. Латур Б. Пересборка социального. Введение в акторно-сетевую теорию. М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020.
38. Khan Z., Khan Z., Lee B.-G., Kim H. K., Jeon M. Graph neural networks based framework to analyze social media platforms for malicious user detection // Applied Soft Computing. 2024. Vol. 155. Art. No. 111416. doi: 10.1016/j.asoc.2024.111416
39. Allado-Mcdowell K. Designing Neural Media. URL: <https://www.berlinerfestspiele.de/en/gropius-bau/programm/journal/2023/k-allado-mcdowell-designing-neural-media> (дата обращения: 20.12.2024).
40. Deep Learning vs. Neural Networks // Pure Storage. 2024. URL: <https://blog.purestorage.com/purely-educational/deep-learning-vs-neural-networks/> (дата обращения: 20.12.2024).
41. Ajani S.N. Frontiers of computing - evolutionary trends and cutting-edge technologies in computer science and next generation application // Journal of Electrical Systems. 2024. Vol. 20 (1 s). P. 28–45. doi: 10.52783/jes.750
42. Benoit R.G., Paulus P.C., Schacter D.L. Forming attitudes via neural activity supporting affective episodic simulations // Nature Communications. 2019. Vol. 10 (1). Art. No. 2215. doi: 10.1038/s41467-019-10996-1-w
43. Can A.I. Be Blamed for a Teen's Suicide? // The New York Times. 2024. URL: <https://www.nytimes.com/2024/10/23/technology/characterai-lawsuit-teen-suicide.html> (дата обращения: 20.12.2024).

References

1. Savchuk, V.V. (2012) Filosofiya novykh media [The Philosophy of the New Media Era]. *Voprosy filosofii*. 10. pp. 33–42.
2. Debray, R. (2000) *Introduction à la mediologie*. Presses Universitaires de France.
3. Sharkov, F.I. (2010) *Kommunikologiya: osnovy teorii kommunikatsii* [Communicology: Fundamentals of Communication Theory]. Moscow: Dashkov i K.
4. Jenkins, H. (2019) *Konvergentnaya kultura. Stolknovenie starykh i novykh media* [Convergence Culture: Where Old and New Media Collide]. Moscow: Ripol-Klassik.
5. Vartanova, E.L. (2019) Mediapolitika: aktualnyy akademicheskiy diskurs [Media Policy: Current Academic Discourse]. *Media@lmanakh*. 1 (90). pp. 8–17.
6. Kirillova, N.B. (2024) Transformatsiya medianauki v epokhu globalizatsii i tsifrovizatsii [Transformation of Media Science in the Era of Globalization and Digitalization]. *Kommunikatsii. Media. Dizain*. 9 (1). pp. 75–92.
7. Chubarov, I. (2015) Media, medianauka i filosofiya media [Media, Media Science and the Philosophy of Media]. *Logos*. 25 (2). pp. 92–105.
8. Jensen, K.B. (2011) New Media, Old Methods – Internet Methodologies and the Online/Offline Divide. In: Consalvo, M. & Ess, C. (eds) *The Handbook of Internet Studies*. Oxford, UK: Wiley-Blackwell. pp. 43–58.
9. Chezhimbaeva, K.S. & Kuanych, M. (2022) Analiz sotsialnykh setey: ot teorii grafov do prilozheniy na python [Social Network Analysis: From Graph Theory to Python Applications]. *Voprosy ustoychivogo razvitiya obshchestva*. 5. pp. 1278–1283.
10. Druker, M.M. & Yanovskaya, G.V. (2021) Sotsialnye media: podkhody k definitsii ponyatiya [Social Media: Approaches to Defining the Concept]. *Mediaskop*. 2. doi: 10.30547/mediascope.2.2021.2.
11. Kruglova, L.A. (2010) Gibridnye media: rol video v novykh media [Hybrid Media: The Role of Video in New Media]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 4. pp. 101–105.
12. Vyrkovsky, A.V., Gorbunova, A.S. & Davletshina, M.I. (2019) Novye media i politicheskie protsessy v postsovetskikh stranakh (na primere "tsvetnykh revolyutsiy") [New Media and Political Processes in Post-Soviet Countries (Using the Example of "Color Revolutions")]. *Mediaskop*. 4. doi: 10.30547/mediascope.4.2019.8.
13. Karyakina, K.A. (2010) Aktualnye formy i modeli novykh media: ot ponimaniya auditorii k sozdaniyu kontenta [Current Forms and Models of New Media: From Understanding the Audience to Creating Content]. *Mediaskop*. 1. Article 6.
14. Godik, Yu.O. (2011) "Tsifrovoe pokolenie" i novye media ["The Digital Generation" and New Media]. *Mediaskop*. 2. Article 9.
15. Gazandzhiev, S.G. (2010) Vizualizatsiya kak sredstvo strukturirovaniya soderzhaniya v pechatnykh media [Visualization as a Means of Structuring Content in Print Media]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 3. pp. 10–14.
16. Shilina, M.G. (2012) Tekstogennost kak faktor transformatsii kommunikatsii v XXI veke (K voprosu formirovaniya innovatsionnykh kontseptsiy issledovaniy media i PR) [Textogeneity as a Factor in the Transformation of Communication in the 21st Century (On the Formation of Innovative Concepts for Media and PR Research)]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 5. pp. 108–117.
17. Sergeeva, O.V. (2023) Sotsiologiya vizualnogo: zrenie, vzglyad, izobrazhenie v tsifrovyyu epokhu. Vvedenie k tematicheskemu razdelu [Sociology of the Visual: Vision, Gaze, Image in the Digital Age. Introduction to the Thematic Section]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sotsiologiya*. 16 (2). pp. 131–134.
18. Bogost, I. (2015) Bardak v videoigrahk [Mess in Video Games]. *Logos*. 1 (103). pp. 79–99.
19. Sharopova, N.R. (2017) Po tu storonu vizualnogo: k kritike orientirovannykh na vyyod podkhodov v issledovaniyakh novykh media [Beyond the Visual: Towards a Critique of Inference-Oriented Approaches in New Media Studies]. *Mediaskop*. 4. Available from: <http://www.mediascope.ru/2390> (Accessed: 20.12.2024).
20. Makeenko, M.I. (2017) Razvitiye teoriy media v rossiyskikh nauchnykh zhurnalakh v 2010-e gg.: rezulatty pervogo etapa issledovaniy [The Development of Media Theories in Russian Scientific Journals in the 2010s: Results of the First Stage of Research]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 6. pp. 3–31.
21. Makeenko, M.I. (2018) Napravleniya transformatsii teoretycheskikh podkhodov v rossiyskikh issledovaniyakh vliyaniya tsifrovizatsii na media [Directions of Transformation of Theoretical Approaches in Russian Research on the Impact of Digitalization on Media]. *Mediaskop*. 3. doi: 10.30547/mediascope.3.2018.1

22. Dekalov, V.V. (2018) Digitalnaya kriticheskaya teoriya media: osnovaniya i obyasnitelnye vozmozhnosti [Digital Critical Theory of Media: Foundations and Explanatory Possibilities]. *Mediaskop*. 2. doi: 10.30547/mediascope.2.2018.5
23. Vartanova, E.L. (2019) O kontseptualnykh osnovaniyakh teorii media [On the Conceptual Foundations of Media Theory]. *Media@lmanakh*. 3 (92). pp. 8–16. doi: 10.30547/mediaalmanah.3.2019.816
24. Timofeeva, L.N. (2020) Novaya sotsialnost v informatsionnoy povedi dnya: rol starykh i novykh media [New Sociality in the Information Agenda: The Role of Old and New Media]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istorika. Politologiya. Sotsiologiya*. 2. pp. 64–69.
25. Filippov, V.N. (2021) Industriya novykh media v ekosistemakh novoy realnosti [The New Media Industry in the Ecosystems of the New Reality]. *Rossiyskaya shkola svyazey s obshchestvemnostyu*. 22. pp. 109–126.
26. Ionova, E.A. (2022) Paradigma "novykh media" i novye vozmozhnosti dlya upravlyayemosti mediaprostranstva [The "New Media" Paradigm and New Opportunities for Managing Media Space]. *Kommunikologiya : elektronnyy nauchnyy zhurnal*. 7 (4). pp. 34–50.
27. Markov, A.V. (2022) K teorii temnykh media [Towards a Theory of Dark Media]. *Artikul't*. 1 (45). pp. 75–84. doi: 10.28995/2227-6165-2022-1-75-84
28. Rezaev, A.V. & Tregubova, N.D. (2019) Novye media i "umnye veshchi": kak novye tekhnologii aktualiziruyut razliche mezhdu obshcheniem i kommunikatsiy? [New Media and "Smart Things": How Do New Technologies Actualize the Difference Between Interaction and Communication?]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 1. pp. 25–45. doi: 10.30547/vestnik.journ.1.2019.2545
29. Sosna, N.N. (2022) Teorii media: normalizatsiya i variantologiya [Media Theories: Normalization and Variantology]. *Istoriya filosofii*. 27 (2). pp. 64–73. doi: 10.21146/2074-5869-2022-27-2-64-73
30. Kolomiytseva, E.Yu. (2021) Novye media v pandemiyu: puti transformatsii [New Media During the Pandemic: Paths of Transformation]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva*. 1 (34). pp. 144–152. doi: 10.51965/2076-7919_2021_1_1_144
31. Vartanova, E.L. (2023) "Peresborka" media: aktualnye protsessy transformatsii v usloviyah tsifrovizatsii ["Reassembling" Media: Current Transformation Processes in the Context of Digitalization]. *Media@lmanakh*. 3 (116). pp. 8–16. doi: 10.30547/mediaalmanah.3.2023.816
32. Davydov, S.G., Zamkov, A.V., Krasheninnikova, M.A. & Lukina, M.M. (2023) Ispolzovanie tekhnologiy iskusstvennogo intellekta v rossiyskikh media i zhurnalistike [The Use of Artificial Intelligence Technologies in Russian Media and Journalism]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 48 (5). pp. 3–21. doi: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321
33. Sokolov, A.V. (2002) *Obshchaya teoriya sotsialnoy kommunikatsii* [General Theory of Social Communication]. Saint Petersburg: Izdatelstvo Mikhailova V.A.
34. Detienne, M. (1967) *Les Maîtres de vérité dans la Grèce archaïque*. Paris: François Maspero.
35. American Dynamism. (2024) *Big ideas in tech 2025*. [Online] Available from: <https://a16z.com/big-ideas-in-tech-2025/> (Accessed: 20.12.2024).
36. Latour, B. & Woolgar, S. (1979) *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts*. Beverly Hills: Sage Publications.
37. Latour, B. (2020) *Peresborka sotsialnogo. Vvedenie v aktorno-setevyyu teoriyu* [Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory]. Moscow: Izdatelskiy dom Vysshay shkoly ekonomiki.
38. Khan, Z., Khan, Z., Lee, B.-G., Kim, H.K. & Jeon, M. (2024) Graph neural networks based framework to analyze social media platforms for malicious user detection. *Applied Soft Computing*. 155. Art. No. 111416. doi: 10.1016/j.asoc.2024.111416
39. Allado-Mcdowell, K. (2023) *Designing Neural Media*. [Online] Available from: <https://www.berlinerfestspiele.de/en/gropiusbau/programm/journal/2023/k-allado-mcdowell-designing-neural-media> (Accessed: 20.12.2024).
40. Pure Storage. (2024) *Deep Learning vs. Neural Networks*. [Online] Available from: <https://blog.purestorage.com/purely-educational/deep-learning-vs-neural-networks/> (Accessed: 20.12.2024).
41. Ajani, S.N. (2024) Frontiers of computing - evolutionary trends and cutting-edge technologies in computer science and next generation application. *Journal of Electrical Systems*. 20 (1s). pp. 28–45. doi: 10.52783/jes.750
42. Benoit, R.G., Paulus, P.C. & Schacter, D.L. (2019) Forming attitudes via neural activity supporting affective episodic simulations. *Nature Communications*. 10 (1). Art. No. 2215. doi: 10.1038/s41467-019-10961-w
43. The New York Times. (2024) *Can A.I. Be Blamed for a Teen's Suicide?* [Online] Available from: <https://www.nytimes.com/2024/10/23/technology/characterai-lawsuit-teen-suicide.html> (Accessed: 20.12.2024).

Информация об авторах:

Тихонова С.В. – д-р филос. наук, профессор кафедры теоретической и социальной философии Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского (Саратов, Россия). E-mail: segedasv@yandex.ru

Пеннер Р.В. – д-р филос. наук, профессор кафедры философии Южно-Уральского государственного университета (Челябинск, Россия); Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (Великий Новгород, Россия). E-mail: penner.r.v@gmail.com

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

S.V. Tikhonova, Dr. Sci. (Philosophy), professor, Saratov State University (Saratov, Russian Federation). E-mail: segedasv@yandex.ru

R.V. Penner, Dr. Sci. (Philosophy), professor, South Ural State University (Chelyabinsk, Russian Federation); Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russian Federation). E-mail: penner.r.v@gmail.com

The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 22.02.2025;
одобрена после рецензирования 29.06.2025; принята к публикации 31.07.2025.

The article was submitted 22.02.2025;
approved after reviewing 29.06.2025; accepted for publication 31.07.2025.