EDN: MGAVIV DOI: https://doi.org/10.65912/2782-5507.2026.23.4.012
УДК *316.772.5 + 004.8* *1.2.1, 2.3.1, 5.9.9*

ТРАНСФОРМАЦИЯ КРИТИЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ГЕНЕРАТИВНЫХ НЕЙРОСЕТЕЙ В КОРОТКИХ ВЕРТИКАЛЬНЫХ ВИДЕОФОРМАТАХ

Р.В. Даутова, К.А. Васин

Казанский (Поволжский) федеральный университет
Российская Федерация, 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 18

Аннотация. В статье разбирается проблематика изменений когнитивных механизмов зрителя в условиях изменчивой реальности посредством искусственного интеллекта, внедряемого в производственные процессы вертикального контента. Актуальность темы исследования связана с прогрессирующим расширением медиаконтента, который стирает границы между художественной и документальной реальностью, в угоду алгоритмов нейросетевой реализации. Цель работы заключается в выявлении факторов, способствующих к увеличению критического восприятия аудитории, в реальности, где алгоритмы искусственного интеллекта способны производить достоверный визуальный ряд. Методологическая база исследования опирается на комплексный подход, сочетающий не только анализ современного медиаконтента, но и обобщение эмпирической базы социологических опросов и методов теоретического моделирования когнитивных процессов. В результате исследования установлено, что системное использование нейросетевых моделей в вертикальном формате приводит к прогрессирующей деградации критического восприятия, вследствие подрыва реалистичности контента и визуальной информации, замещая авторскую индивидуальность высказывания в угоду алгоритмов. Научная новизна работы состоит в полноценном анализе влияния генеративных нейросетей на когнитивное восприятие зрителя, учитывая специфику коротких видео вертикального формата, что ранее не являлось отдельным предметом исследования. Практическая значимость результатов, полученных в ходе исследования, заключается в необходимости внедрения систем маркировки искусственного интеллекта и в разработке программ для повышения медиаграмотности населения.

Ключевые слова: генеративные нейросети, критическое восприятие, вертикальный видеоконтент, алгометрическая фильтрация контента, генеративные модели меди, когнитивное восприятие, медиаграмотность.

Введение

Эволюция нейросетевых моделей генерации медиаконтента в последние годы привела к повсеместному использованию искусственного интеллекта в медиапространстве, что переместило их из разряда технологического упрощения в повседневность. Сейчас подобные технологии занимают практически все ступени производственного процесса аудиовизуального контента, начиная от генерации реалистичных фотографий и голосового сопровождения и заканчивая автономным циклом создания видеоконтента, включающего в себя как сценарий, так и монтаж [1]. Особенно выделяются данные процессы в сегменте вертикального медиапотребления, составляющие основной поток мобильного контента. Платформы, продвигающие «скроллинг» видео посредством вертикального перелистывания, прогрессивно внедряют искусственный интеллект в процесс создания анимации персонажей, реконструкции речи и последовательного сюжета [2]. Нельзя не отметить, что подобные модели нейрообразов все чаще прослеживаются в рекламных компаниях, документальном и художественном кино, что неизбежно ставит зрителя в позицию критического отношения к ним, так как подвергаются сомнению такие важные критерии, как достоверность контента и статус авторства.

Ситуация, когда информационный поток может быть скомпрометирован алгоритмической моделью нейросети, требует теоретического переосмысления, поскольку вертикальные форматы, рассчитанные на максимально быстрое потребление, практически не способны предусмотреть временной интервал для выявления когнитивного обмана [3]. Данные опросов подтверждают рост общественного беспокойства: 25% россиян связывают использование искусственного интеллекта с ухудшением критического восприятия, а 46% не готовы позволить детям применять нейросети в обучении из-за страха перед деградацией когнитивных навыков развития (ВЦИОМ, 2025)[i].

В российском сегменте исследований обозначенная проблематика пока разбирается не так активно, как хотелось бы. Приведем некоторые из них. Н.В. Новиков считает, что визуальная трансформация и развитие указывают не только на технологическую сторону, но и на базовые механизмы восприятия экранного производства и образа в глазах зрителя [2]. Т.С. Романишина и Е.А. Карнаухова обращают внимание на аспекты когнитивного восприятия при взаимодействии зрителя с нейронными моделями. С их точки зрения, механизированный процесс реализации меняет характер вовлеченности зрителя в содержание контента [4]. В центре внимания авторов платформы NeuronUp – влияние искусственного интеллекта на когнитивные функции потребителя. С их точки зрения использование технологий искусственного интеллекта в медиа провоцирует пассивное принятие, а не критическое мышление [5]. М.В. Соколов считает, что архитектура вертикального контента ориентирована на ускоренное переключение вместо полноценного анализа, и это усложняет повышение навыков верификации контента в условиях повседневности [6]. А.С. Агеева фиксирует феномен отсутствия «человеческого следа» в сгенерированных материалах, что приводит к эмоциональной отстраненности аудитории [7]. «Синтетические» документы (фальшивые интервью и неотличимые от реальности хроникальные сцены, сгенерированные с помощью искусственного интеллекта) создают пространство для злоупотребления информацией, которую документальные фильмы традиционно транслируют, претендуя на верифицированность и достоверность. На примере завирусившегося видео «Казахско-Динозаврская война» 2023 года исследователь Г.А. Мазурицкий отмечает опасность инструментов цифровой эпохи - трансляцию заведомо абсурдной, но визуально убедительной информации, замещающей подлинные события [8].

Зарубежные исследователи, в частности, Й. Озтюрк, С. Лаш, С. Вогель и С. Мукерджи, подчёркивают, что массовое распространение нейрообразов подрывает фундаментальный понятийный аппарат доверия к аудиовизуальной информации, зритель лишается единственной опоры осознания реальности в медиапространстве [1, 9-10]. Так, Й. Озтюрк указывает, что фото под воздействием нейросетей перестает иметь документальное отображение действительности, сдвигая фокус в область фантазии технологий [1]. Подобные результаты представлены в работе С. Вогеля и С. Мукерджи, где разбирается осознание контента, как сгенерированного, что неизбежно снижает его значимость для зрителя [10]. E. Wu и A. Fish считают, что искусственный интеллект в качестве посредника меняет способы представления информации, производства медиаконтента и отношения между коммуникатором и получателем, тем самым влияя на развитие медиаконтента [11]. C. Turner отмечает негативное влияние нейромедиа на интеллектуальные способности людей, хотя нейромедиа могут помогать людям добиваться целей, которые они считают более ценными, освобождая их от различных видов рутинной интеллектуальной работы [12]. Однако М. Анн полагает, что перенасыщение таких материалов стимулирует выработку новых «эвристик» для оценивания достоверности [13].

Таким образом, можно констатировать, что наблюдаются первые шаги к пониманию феномена восприятия контента, созданного с использованием технологий искусственного интеллекта, а также отсутствие комплексных эмпирических исследований влияния генеративной модели на когнитивные механизмы зрителя в формате вертикального «скроллинга».

Цель данной работы заключается в выявлении ключевых механизмов трансформации критического восприятия зрителя под воздействием коротких видео, созданных искусственным интеллектом.

Материалы и методы

В работе применялся комплекс методов, который включает в себя обобщение социологических опросов (в том числе материалов ВЦИОМ и аналитического отчета АЙNET/Chad[ii]) и методы теоретического моделирования когнитивных процессов восприятия.

Эмпирической базой стали результаты всероссийских опросов, отражающих динамику общественного мнения относительно использования нейросетей в медиа (ВЦИОМ, 2025), а также данные других исследований, рассматривающих внедрение искусственного интеллекта в производство контента.

Методологической основой послужили работы отечественных и зарубежных исследователей, посвящённые трансформации восприятия со стороны зрителя в условиях нейросетевой модели медиасреды.

Результаты

Проведённый анализ позволил зафиксировать несколько явных тенденций.

Во-первых, короткие вертикальные видео обладают внутренней характеристикой и ориентированы в основном на захват внимания в первые секунды для дальнейшего удержания зрителя на одном ролике как можно дольше, однако среднее время фиксации зрителя сильно снижено и не превышает нескольких секунд. За такой промежуток времени мозг просто не способен запустить сложные аналитические механизмы и вынужден подстраиваться под быстрое чередование контента. Алгоритмы стали более реалистичными и способными не только дорисовывать, но и полностью генерировать сложноотличимый документальный киноматериал в вертикальных видео. Зритель фактически теряет возможность отличить реальность от симуляции, а систематическое потребление подобных материалов постепенно смещает оценку критического восприятия в сторону достоверности алгоритмов. В результате можно предположить, что мир получает людей, не способных отличить нейросеть от документалистики, людей, которым вымысел кажется более реалистичным.

Как справедливо отмечает С. Лэш, постоянное напоминание о возможности подделки порождает не скептицизм, а безразличие, поскольку цинизм в конечном счёте превращается в антипод критического мышления. Сомнение, как базовый навык медиаграмотности, может мешать человеку из-за перегрузки когнитивных способностей, утрачивая свою первостепенную функциональность [9].

Во-вторых, нейросети создают визуальные образы, лишенные явно выраженных черт недостоверности, что способствует развитию «эмоциональной плоскости», при которой зритель не способен воспринимать объем, а видит все плоским и искусственным, что заметно снижает эмпатию среди потребителей. Исследования отечественных и зарубежных ученых показывают, что зрители, которые регулярно потребляют ИИ-контент, наиболее подвержены эмоциональному снижению отклика при просмотре событий реальности. Это явление можно обозначить как побочный эффект перенасыщения визуального языка алгоритмами, а уникальность опыта людей усредняется к стандартизированным шаблонам.

В-третьих, нейросети перетекают из интернет-пространства в индустрию телевидения и кинематографа все активнее. Установленные паттерны поведения зрителя акцентированы в том числе и на авторскую идентичность, что полной генерацией добиться на данный момент невозможно. Согласно данным С. Вогеля и С. Мукерджи, аудитория оценивает кон-

тент, генерируемый нейросетями, как менее содержательный по сравнению с работами человека [10]. Потеря авторской индивидуальности и замысла такого контента лишает зрителя повода для диалога, спора или осмысления сути содержания. Практические примеры из российского медиапространства подтверждают эти выводы: на платформах VK Клипы, Yappy и RuTube Shorts наблюдается активное использование нейросетей для создания масок-фильтров, анимированных персонажей и коротких сюжетов. По данным АЙNET/ Chad (2026)[ii], 48% российских пользователей заявляют, что не всегда могут отличить ИИ-контент от реального, а 61% отмечают, что качество генерации постоянно растёт, и это делает распознавание всё более сложным.

В-четвёртых, положительный взгляд на проблему с точки зрения повышения генерации детерминировано необходимостью формирования навыков распознавания. Однако подобная модель требует повышенной мотивации, которая зачастую отсутствует при постоянном поглощении быстрого контента. Кроме того, критическая оценка и визуальный анализ человека ограничен многими факторами, в том числе и информационной перегрузкой. Традиционные формы верификации, например, присутствие журналиста в кадре, также перестают быть надёжным ориентиром в условиях развития технологий deepfake.

Таким образом, нейросети негативно влияют на критическое восприятие аудитории в области вертикального видеоформата. Наши выводы согласуются с позицией Й. Озтюрк и М. Анн [1,13], демонстрируя, что фундаментальные стратегии не работают в условиях пассивного потребления. В российской практике наблюдается схожая тенденция: пользователи понимают проблему, однако не имеют доступных и эффективных инструментов для ее решения.

Заключение

Данное исследование позволяет утверждать, что нейросети, внедренные уже сегодня в производственную цепочку создания медиаконтента, оказывают колоссальное и систематическое влияние на трансформацию критического восприятия зрителя. Этот процесс подрывает фундаментальное доверие к визуализации, авторскому высказыванию и сценарию, способствуя формированию пассивного потребления. Особенно уязвимой оказывается массовая аудитория, которая психологически не подготовлена к постоянному анализу контента. Хотя сама технология генерации не является источником проблемы, а выступает катализатором бесконтрольного увеличения подобного контента в эпоху, когда зритель не располагает временем и другими ресурсами для критической работы с информацией.

Особое значение в данном контексте имеет вопрос маркировки генерируемого контента и ответственности не только зрителя, но и цифровых платформ. Согласно имеющимся данным, более 80% пользователей считают, что ИИ-контент должен быть явно обозначен, однако на практике маркировка либо отсутствует, либо носит необязательный характер (АЙNET/Chad, 2026)[ii]. На наш взгляд, внедрение обязательной системы маркировки не сможет решить проблему полностью, но станет первым шагом к реабилитации доверия к новому визуальному медиаландшафту. Однако сложности с технической и организационной точки зрения могут быть помехой в реализации подобной системы, а также отсутствие единых стандартов этой области оставляют проблему открытой.

Одним из решений данной проблемы мы считает выработку специальных программ по развитию медиаиммунитета и повышению медиаграмотности среди населения [14]. По мнению одного из авторитетных теоретиков медиаобразования Л. Мастермана, актуальность проблемы детерминирована такими тенденциями, как высокий уровень насыщенности современных обществ средствами массовой информации и активного потребления их продукции; быстрый рост объёма медиаинформации и стремительное развитие механизмов

её распространения; активное проникновение масс-медиа в ключевые демократические процессы; возрастающая роль визуальной коммуникации [15].

Дальнейшие исследования в этой области должны быть направлены на разработку практических методов диагностики критического восприятия нейросетевого контента. В новом витке эволюции человеку необходимо приспосабливаться не только к реальности, но и к цифровизации мира, когда любой контент априори может быть ложным. Так же необходимо найти баланс между алгоритмом и его эффективностью, с одной стороны, а с другой– сохранением когнитивного восприятия контента зрителем. Как отмечает Д. Бордуэлл, автоматизация процессов может обеспечить плавность подачи, но смысл должен остаться человеческой прерогативой [16].

В работе применялся комплекс методов, который включает в себя обобщение социологических опросов (в том числе материалов ВЦИОМ и аналитического отчета АЙNET/Chad) и методы теоретического моделирования когнитивных процессов восприятия.

Список литературы

1. Ozturk, Y. From Aura to Algorithm: Indexicality, Testimony and the Problem of Reality in AI-Generated Images / Y. Ozturk // The Journal of Kesit Akademy. – 2026. – 12 (48), 165-179. Doi: 10.29228/kesit.96717
2. Новиков В.Н. Влияние виртуальных новаций на язык кинематографа XXI века: автореф. дис. … канд. искусствоведения: 17.00.03. Москва, 2019. – 26 с.
3. Хорошева Т.А. Клиповое мышление как феномен цифрового поколения / Т.А. Хорошева// Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2022. – №1. – С.45-63. DOI: https://doi.org/10.11621/vsp.2022.01.03.
4. Романишина Т.С. Когнитивные аспекты взаимодействия человека с нейросетевыми системами в творческих индустриях / Т.С. Романишина, Е.А. Карнаухова // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2023. – №20(2). – С.301-315. DOI: https://doi.org/10.17323/1813-8918-2023-2-301-315.
5. Мозг в цифровую эпоху: как технологии меняют наше мышление. – Текст: электронный. – URL: https://neuronup.com/ru/nejronauka/nejropsihologia/mozg-v-tsifrovuyu-eru-kak-tekhnologiya-menyaet-nashe-myshlenie (дата обращения: 18.09.2026).
6. Соколов М.В. Алгоритмические платформы и трансформация зрительского восприятия / М.В. Соколов // Медиаальманах. – 2025 – №3. – С.45-52.
7. Агеева А.С. Дипфейк: технология создания и применение в современной киноиндустрии /А.С. Агеева // Молодой ученый. – 2025. – №2 (553). – С. 8-9.
8. Мазурицкий Г.А. Цифровые технологии как угроза исторической достоверности в контексте документального кино / Г.А. Мазурицкий // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2025. – №2 (57). – С.17-27.
9. Lash S. The Flight from Reality: Cynicism and Critique in Digital Media. London: Sage Publications; 2023. 198 p.
10. Mukherjee S., Vogel S. Digital Media and Critical Thinking in the Age of Algorithms. Cambridge: MIT Press; 2024. 312 p.
11. Wu E. A. I. as a medium: the production and consumption of documentaries programming against the background of media convergence / E. Wu, A. Fish // International Journal of Education and Humanities. – 2023. – Vol. 10, № 1. – P. 123–126. - DOI: https://doi.org/10.54097/ijeh.v10i1.11100 (дата обращения: 10.03.2026)
12. Turner C. Neuromedia, cognitive offloading, and intellectual perseverance // Synthese. – 2022. – Vol. 200, № 66. – P. 1–26. – DOI: https://doi.org/10.1007/s11229-022-03472-w (дата обращения: 10.03.2026)

13. Ann M. AI as Attention Training: How Synthetic Media Sharpens the Mind. Journal of Digital Culture. – 2025. – №12(1). – P. 42-58.
14. Даутова Р.В. Медиаиммунитет как необходимое условие медиабезопасности молодежи в социальных сетях / Р.В. Даутова, Е.Д. Белоусов // Международный научно-исследовательский журнал. – 2023. – №2 (128). – URL: https://research-journal.org/archive/2-128-2023-february/10.23670/IRJ.2023.128.20
15. Masterman, L. Teaching the media / L. Masterman. — London: Comedia Publishing Group, 1985. — 348 p.
16. Bordwell D. What Does AI Mean for Cinema? // Observations on Film Art. – 2024. – Apr №12. – P.1-12.

TRANSFORMATION OF CRITICAL PERCEPTION UNDER THE INFLUENCE OF GENERATIVE NEURAL NETWORKS IN SHORT VERTICAL VIDEO FORMATS

R.V. Dautova, K.A. Vasin

Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev-KAI
10, st. Karl Marx, Kazan, 420111, Russian Federation

Annotation. The article examines the issue of changes in the viewer's cognitive mechanisms in an ever-changing reality through artificial intelligence, which is being integrated into vertical content production processes. The relevance of the study is connected to the growing expansion of media content that blurs the lines between artistic and documentary reality, catering to neural network algorithms. The aim of the work is to identify factors that contribute to increasing the audience's critical perception in a reality where AI algorithms are capable of producing credible visual material. The methodological basis of the study relies on a comprehensive approach that combines not only the analysis of contemporary media content but also the generalization of empirical sociological survey data and methods of theoretical modeling of cognitive processes. As a result of the study, it was found that the systematic use of neural network models in vertical format leads to towards the progressive degradation of critical perception due to the undermining of content realism and visual information, replacing the author's individual expression for the sake of algorithms. The scientific novelty of the work lies in a full analysis of the impact of generative neural networks on the viewer's cognitive perception, taking into account the specifics of short vertical videos, which had not previously been a separate subject of study. The practical significance of the results obtained during the research is the need to implement AI labeling systems and develop programs to improve media literacy among the population.

Keywords: generative neural networks, critical perception, vertical video content, algorithmic content filtering, generative media models, cognitive perception, media literacy.

Статья представлена в редакцию 15 октября 2026 г.

[i] Георгий Рожков. Искусственный интеллект в школе: добро или зло [Электронный ресурс]. – 2025. – 21 апр. URL:https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/iskusstvennyi-intellekt-v-shkole-dobro-ili-zlo?ysclid=mwc2nk1f3660105574 (дата обращения: 07.10.2026).

[ii] АЙNET/Chad. Исследование восприятия ИИ-контента российской аудиторией. – 2026. – 45с. URL:https://incrussia.ru/news/issledovanie-raskrylo-istinnuyu-prichinu-nepriyatiya-ii-kontenta/ (дата обращения: 18.09.2026).