

ОСОБЕННОСТИ СУБЪЕКТИВНОГО ВОСПРИЯТИЯ ЧЕЛОВЕКОМ БОЛЬШИХ ЯЗЫКОВЫХ МОДЕЛЕЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Загородникова П. Г.

Гродненский государственный медицинский университет
Научный руководитель: канд. психол. наук, доц. Кузмицкая Ю. Л.

Актуальность. Молниеносные темпы развития больших языковых моделей (искусственного интеллекта (далее ИИ)) привели к формированию нового вида коммуникации, подразумевающего обмен информацией с искусственным агентом, а также связанное с ним поведение и смыслообразование. ИИ становится не вспомогательным инструментом, опосредующим общение, а принимает вид «субъекта» коммуникации [1]. Несмотря на то, что это нельзя назвать полноценной коммуникацией, взаимодействие с ИИ способно переживаться как присутствие другого человека: люди склонны придерживаться социальных норм, применять гендерные стереотипы по отношению к ИИ-собеседникам [2].

Оказываемое ИИ коммуникативное воздействие во многом сходно с коммуникативным воздействием человека. Цифровые собеседники способны демонстрировать антропоморфные качества, используя выразительные речевые средства, контекстуальную гибкость, нейросети не проявляют осуждения, лишены предрассудков, что может восприниматься как постижение и принятие чувств, переживаний собеседника, вовлеченность в процесс общения [3].

Цель. Изучить особенности восприятия коммуникации с ИИ-собеседником (системой искусственного интеллекта на базе нейросетей).

Методы исследования. Метод исследования: опрос. Методика исследования: семантический дифференциал (Ч.Осгуд). Эмпирическую базу исследования составили испытуемые в количестве 35 человек.

Результаты и их обсуждение. По результатам эмпирического исследования можно выделить следующие характеристики в субъективном восприятии человеком коммуникации с ИИ-собеседником (системой искусственного интеллекта на базе нейросетей): дружелюбность (3,5), красота (2,6), эффективность (2,4), расслабленность (2,3), принятие (2,1), легкость (2,1), открытость (2,0), поддержка (2,0), теплота (1,9), понятность (1,9), активность (1,7), истинность (0,9), естественность (0,8), предсказуемость (0,7), неформальность (0,6), выразительность (0,6), глубина (0,6), сдержанность (0,1).

Выводы. Восприятие человеком коммуникации с большими языковыми моделями (ИИ), психологическое познание, оценка и формирование образа ИИ-собеседника в ходе общения характеризуется такими качествами, как дружелюбность, эффективность, расслабленность, принятие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алейникова, Д. В. К проблеме общения человека с искусственным интеллектом / Д. В. Алейникова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. – 2023. – Вып. 3 (848). – С. 9-15.
2. Баканов, Б. А. Нейросети и брендинг. Искусственный интеллект как тест на человечность / Б. А. Баканов // Бренд-менеджмент. – 2023. – № 3. – С. 170-177.
3. Варламов, О. Перспективы искусственного интеллекта / О. Варламов // Знание-сила. – 2020. – № 3. – С. 36-44.

ВЛИЯНИЕ КАЧЕСТВА И РЕЖИМА ПИТАНИЯ НА КОГНИТИВНЫЕ СПОСОБНОСТИ СТУДЕНТОВ ГРОДНЕНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕДИЦИНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Займист Т. С.

Гродненский государственный медицинский университет
Научный руководитель: Смирнова Г. Д.

Актуальность. В последние годы особенности питания молодежи (редкие приемы пищи, высокая доля фастфуда и сладостей, недостаток овощей, фруктов и рыбы, неустойчивый питьевой режим, частое употребление кофе и эпизодическое – энергетиков) могут способствовать формированию у них когнитивной нагрузки [1].

Цель. Изучить взаимосвязь между характером питания и показателями когнитивных функций у студентов.

Методы исследования. С помощью валеолого-диагностического метода обследовано 100 респондентов в возрасте от 19 до 23 лет.

Результаты и их обсуждение. Режим питания у большинства участников исследования нельзя признать рациональным: только 41,4% респондентов завтракают ежедневно, 53,5% делают это лишь иногда, а 5,1% никогда не завтракают. Ежедневное употребление фастфуда указали 78,8% участников исследования. Потребление овощей и фруктов: ежедневно их употребляют только 20,2% молодых людей, в то время как 62,6% делают это 2–3 раза в неделю, а 17,2% почти никогда не включают их в рацион. Сладости и продукты, содержащие сахар, несколько раз в день употребляют 40,4% респондентов, один раз в день – 50,5%. Отмечают выраженный «упадок сил» через 1–2 часа после употребления сахара или фастфуда 4%, иногда – 33,3%, однако большинство (62,6%) не связывают эти ощущения с приемом пищи. Субъективная оценка когнитивных функций и самочувствия выявила характерные для данной группы особенности. Только 8,1% студентов оценивают концентрацию внимания на лекциях как высокую, 64,6% – как среднюю и 27,3% сообщают о трудностях сосредоточения. Быстрая утомляемость при умственной работе (через