

«Ингосстрах», один из лидеров российского страхового рынка, совместно с Финансовым университетом при Правительстве РФ провел исследование отношения россиян к технологиям искусственного интеллекта — в частности, к ИИ-аватарам и синтетическим видео с участием сгенерированных людей и персонажей.

Исследование охватило 37 крупнейших по численности населения городов России и показало, как жители разных регионов воспринимают новые технологии и насколько готовы взаимодействовать с цифровыми образами.

Осведомленность россиян об ИИ-инструментах

Искусственный интеллект активно обсуждается в обществе, однако знакомы с ним россияне по-разному. По данным опроса, 52,8% жителей крупных городов знают об ИИ-инструментах и используют их. Еще 41,9% опрошенных слышали о них, но не применяют на практике, а 5,2% вовсе не знакомы с ИИ.

Наибольшая вовлеченность зафиксирована в городах-миллионниках. В Воронеже и Екатеринбурге — по 66%, Санкт-Петербурге и Самаре — по 63%, в Москве и Ижевске — по 60%. Минимальный уровень использования отмечен Новокузнецке (35%) и Махачкале (37%).

При этом возраст сильно влияет на вовлеченность: 74% россиян в возрасте 18–30 лет знают и используют ИИ. 31–40 лет — 64%, 41–50 лет — 49%, 51–60 лет — 43%, а среди люди старшего возраста (старше 60 лет) — только 34%.

Как часто россияне используют нейросети

Среди тех, кто знаком с инструментами ИИ, активность различается. 34% используют нейросети несколько раз в день, 19% — несколько раз в неделю, 14% — несколько раз в месяц, 33% — редко.

Самые активные пользователи проживают в Уфе (68%), Перми (62%), Красноярске (54%), Владивостоке (52%) и Санкт-Петербурге (51%). Наименьшая активность зафиксирована в Кемерове (10%), Рязани (16%), Махачкале (21%), Тольятти (25%) и Ярославле (26%).

Для каких задач россияне используют ИИ

ИИ-инструменты все чаще применяются не только для развлечений, но и для решения практических задач. Чаще всего респонденты используют ИИ для:

- подготовки презентаций, графиков, иллюстраций — 30,5%,
- создания и редактирования изображений — 28,6%,
- поиска информации — 26,7%,
- учебных задач и подготовки к экзаменам — 18,2%,
- написания и редактирования текстов — 9,1%,
- обработки и анализа данных — 6%.

«Мы активно внедряем решения на основе искусственного интеллекта, чтобы ускорять процессы и делать взаимодействие с компанией удобнее. Такие технологии помогают быстрее отвечать на типовые вопросы, ориентироваться в продуктах и сокращать время ожидания.

При этом в центре нашего клиентского сервиса всегда остается живое общение. В сложных или нестандартных ситуациях клиент взаимодействует с сотрудником, который может учесть контекст, эмоции и предложить оптимальное решение. ИИ — это эффективный инструмент, но доверие и качество сервиса создают люди, и этот принцип для нас неизменен», — отметил Константин Локшин, директор департамента клиентского опыта и производственной системы «Ингосстраха».

Могут ли россияне отличить ИИ-аватары от реальных людей

Синтетические видео распознаются лучше, чем изображения. 48% опрошенных заявили, что могут легко отличить ИИ-видео от реальных записей.

С фотографиями ситуация сложнее: лишь 26% респондентов уверены, что способны распознать сгенерированное изображение.

Отношение к ИИ-изображениям и видео

Отношение россиян к ИИ-контенту остается неоднозначным. Так, 25,9% респондентов относятся к сгенерированным фото и видео нейтрально, 17,1% — скорее отрицательно, еще 14% респондентов — положительно.

Влияет ли ИИ на человеческое общение

Большинство россиян по-прежнему отдают предпочтение живому взаимодействию: 63,8% россиян предпочитают общаться с людьми, еще 14,5% заявили, что им все равно. Только 8,6% готовы к общению с цифровыми персонажами.

Говоря о влиянии ИИ на коммуникацию, респонденты отметили: 25,6% считают, что ИИ

вредит общению, 43,4% — не видят существенного влияния, 6,4% — полагают, что ИИ способствует коммуникации, четверть затруднились с ответом.

Опасения, связанные с развитием ИИ

Равнодушных к развитию ИИ практически нет: 37,5% испытывают опасения, 52% относятся спокойно, еще 10,5% опрошенных не определились.

Среди основных причин беспокойства:

- ошибки в работе ИИ — 40,7%,
- ограниченность возможностей технологий — 38,3%,
- создание фальшивых материалов и дипфейков — 17,5%,
- непонимание принципов работы ИИ — 16,7%,
- использование технологий мошенниками — 16,2%,
- недостаток контроля и вопросы безопасности — 12–11%.

Опасения, связанные с дипфейками и мошенничеством, остаются одним из ключевых факторов, влияющих на доверие к ИИ.

