

## Искусственный интеллект в креативных индустриях: новые возможности для медиа, искусства и маркетинга

Научный руководитель – Якименко Алексей Викторович

*Попова Софья Игоревна*

*Студент (бакалавр)*

Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г.

Строганова, Москва, Россия

*E-mail: popovas06@mail.ru*

Современные креативные индустрии переживают период стремительных изменений благодаря развитию инновационных коммуникаций. В условиях цифровой трансформации традиционные формы взаимодействия сменяются новыми, основанными на технологических и креативных решениях. В этом докладе рассматривается роль инновационных коммуникаций в креативных индустриях, их влияние на процесс создания контента и взаимодействие с аудиторией. Рассматриваются ключевые технологические тренды, такие как искусственный интеллект (ИИ), виртуальная реальность (VR), дополненная реальность (AR), блокчейн, большие данные и нейросети, а также их влияние на индустрию.

### 1. Понятие инновационных коммуникаций

Инновационные коммуникации – это совокупность новых методов и технологий, используемых для обмена информацией в цифровую эпоху. Они включают в себя использование искусственного интеллекта, виртуальной и дополненной реальности, блокчейн-технологий, больших данных и персонализированного контента. Эти инструменты позволяют создавать уникальные способы взаимодействия между создателями контента и потребителями.

- **Искусственный интеллект (AI, Artificial Intelligence)** – технологии машинного обучения, которые позволяют автоматизировать процессы создания контента, анализа данных и персонализации информации. Например, нейросети могут генерировать статьи, сценарии и даже художественные произведения.
- **Блокчейн** – технология распределённого реестра, позволяющая безопасно хранить данные о транзакциях и правах собственности. В креативных индустриях блокчейн активно применяется для защиты авторских прав и торговли цифровыми активами (NFT – невзаимозаменяемыми токенами).
- **Дополненная и виртуальная реальность (AR и VR)** – технологии, изменяющие пользовательский опыт за счёт создания интерактивных цифровых миров и наложения цифровых объектов на реальную среду. В рекламе и маркетинге AR-эффекты позволяют клиентам виртуально «примерить» товары перед покупкой.
- **Большие данные (Big Data)** – массивы информации, которые анализируются с помощью алгоритмов и помогают компаниям лучше понимать предпочтения аудитории.

### 2. Влияние инновационных коммуникаций на креативные индустрии

Креативные индустрии охватывают широкий спектр сфер – от кино и музыки до дизайна, рекламы и цифрового искусства. Инновационные коммуникации способствуют развитию этих отраслей, делая их более доступными, интерактивными и персонализированными.

- **Медиа и журналистика:** Новые цифровые форматы, такие как подкасты, сторителлинг с использованием VR и интерактивные репортажи, меняют потребление новостей. Журналисты активно используют алгоритмы для анализа больших данных и генерации контента. Например, агентство Reuters применяет ИИ для автоматического написания новостных заметок на основе статистики и данных.
- **Музыкальная индустрия:** Искусственный интеллект помогает в создании треков, подборе музыки под настроение, а стриминговые сервисы используют машинное обучение для персонализации рекомендаций. Например, платформа Spotify использует алгоритмы, анализирующие предпочтения пользователей и предлагающие персонализированные плейлисты.
- **Реклама и маркетинг:** Бренды используют дополненную реальность и чат-ботов, чтобы устанавливать более глубокую связь с потребителями. Видеоконтент становится более адаптивным и интерактивным. Например, рекламные кампании с использованием AR позволяют пользователям взаимодействовать с виртуальными товарами через смартфон.
- **Геймдев и кино:** VR и AR позволяют создавать погружающие игровые и кинематографические вселенные, а блокчейн упрощает защиту авторских прав и монетизацию цифрового контента. Например, в фильме "Ready Player One" VR-реальность используется как основа для взаимодействия героев и создания альтернативного цифрового мира.

### 3. Интерактивность и персонализация

Современные технологии позволяют брендам и медиаплатформам адаптировать контент под конкретного пользователя. Алгоритмы машинного обучения анализируют предпочтения аудитории и предлагают персонализированные рекомендации. Интерактивные элементы, такие как голосовые помощники, дополненная реальность и адаптивные рекламные кампании, делают взаимодействие с контентом более захватывающим.

Примером интерактивного контента может служить популярный проект Netflix "Black Mirror: Bandersnatch", где зрители могут выбирать развитие сюжета, взаимодействуя с видео в реальном времени. Это демонстрирует, как технологии меняют традиционный кинематограф, превращая его в динамический пользовательский опыт.

### 4. Этические вызовы инновационных коммуникаций

Несмотря на все преимущества, инновационные коммуникации ставят перед обществом ряд сложных вопросов. Среди ключевых проблем – манипуляция общественным мнением, фейковые новости, нарушение конфиденциальности данных и алгоритмическая предвзятость.

- **Фейковые новости:** Использование ИИ для создания deepfake-контента вызывает опасения в сфере журналистики. Фальсифицированные видео и аудиозаписи могут влиять на общественное мнение и политику.
- **Конфиденциальность данных:** Персонализированные рекомендации требуют сбора большого объема данных о пользователях, что порождает вопросы о защите их приватности.
- **Алгоритмическая предвзятость:** Автоматические алгоритмы могут неосознанно воспроизводить дискриминационные предубеждения, если обучены на предвзятых данных.

Примером решения этой проблемы является практика технологических гигантов, таких как Google и Facebook, которые разрабатывают инструменты по снижению влияния фейков и повышению прозрачности алгоритмов.

Таким образом, инновационные коммуникации кардинально меняют креативные индустрии, создавая новые возможности для самовыражения, взаимодействия и монетизации контента. Однако с развитием технологий возрастает ответственность создателей контента за их использование. В будущем роль журналистов, маркетологов, дизайнеров и других представителей креативных профессий будет зависеть от их способности адаптироваться к изменениям и использовать инновационные инструменты во благо общества.

### **Источники и литература**

- 1) Андреев А.А. Инновационные коммуникации в цифровую эпоху. – М.: Изд-во «Наука», 2020.
- 2) Беляев В.В. Искусственный интеллект в медиа и журналистике. – СПб.: Питер, 2021.
- 3) Иванов Д.С. Виртуальная и дополненная реальность в рекламе и маркетинге. – Екатеринбург: Уральское издательство, 2019.
- 4) Петрова Е.Н. Блокчейн и авторские права в цифровых индустриях. – Казань: Тат-медиа, 2022.
- 5) Сидоров К.П. Персонализированные медиа и большие данные. – Новосибирск: Сиб-пресс, 2023.