

течениям, при это сохранив авторитетность брендового СМИ. В ходе 12-го совместного учебного заседания Политбюро ЦК КПК в газете «Жэньминь жибао», посвященного эпохе глобальных медиа и конвергенции медиа, Генеральный секретарь Си Цзиньпин заявил: «В сфере производства информации необходимо проводить структурные реформы на стороне предложения. Благодаря инновациям в концепциях, содержании, формате, методах и средствах мы значительно повысим качество и уровень позитивной пропаганды». Высокая результативность новых стратегий программы «Комментарий ведущего: Синьвэнь Ляньбо» в полной мере демонстрирует, что традиционным СМИ необходимо активно исследовать и внедрять инновации, изучать траекторию развития новых медиа и понимать направление и масштаб развития. При таком подходе они могут значительно повысить влияние, эффективно распространять новости и направлять общественное мнение.

Список использованных источников

1. Фан Цзялинь. Инновационная практика традиционных телевизионных новостей в эпоху интегрированных медиа на примере «Комментарий ведущего: Синьвэнь Ляньбо» / Фан Цзялинь // Аудиовизуальные материалы. 2019. № 2. С. 25–27.
2. Ван Ваньчжо. Краткое обсуждение инновационного распространения новостей онлайн-платформами в новую эпоху на примере «Комментарий ведущего: Синьвэнь Ляньбо» / Ван Ваньчжо // Культурная индустрия, 2019. № 3. С. 100–106.
3. Ван Цюньяо. «Комментарий ведущего: Синьвэнь Ляньбо»: новая трансформация новостного языка в традиционных СМИ. /Ван Цюньяо // Аудиовизуальные материалы, 2019. № 1. С. 80–84.

УДК 655.1/.3:004.8

**СОЗДАНИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ МЕДИАПРОДУКЦИИ
В ЭПОХУ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

Шмаков М. С.

доцент, канд. техн. наук

Коренькова А. А.

ст. преп.

Белорусский государственный технологический университет, г. Минск

В эпоху стремительного развития цифровых технологий искусственный интеллект (ИИ) становится ключевым фактором трансформации медиапроизводства. Его применение охватывает все этапы жизненного цикла контента – от генерации текстов, изображений, аудио и видео до автоматизированной верстки, персонализированного распространения и анализа

эффективности. ИИ-инструменты позволяют значительно ускорить процессы, повысить креативность, адаптировать материалы под целевую аудиторию и сократить затраты.

Ключевые слова: искусственный интеллект, генерация контента, авторское право, этика.

Применение искусственного интеллекта в издательской отрасли – это уже не фантастика, а реальность, активно меняющая подходы к созданию, редактированию и распространению контента. Далее будет представлено, каким образом ИИ трансформирует издательское дело.

ИИ помогает автоматизировать и ускорить творческие процессы:

- генерация текстов: алгоритмы могут создавать статьи, описания, новости и даже художественные произведения на основе заданных параметров;

- редактирование и корректура: ИИ-редакторы (например, Grammarly, DeepL Write) исправляют грамматические ошибки, улучшают стиль и адаптируют текст под целевую аудиторию;

- переводы: нейросетевые переводчики обеспечивают качественные переводы с учетом контекста и стилистики;

- анализ читательских предпочтений: ИИ анализирует поведение пользователей и предлагает темы, форматы и стили, которые будут востребованы.

Эти процессы позволяют редакциям экономить время и ресурсы, сохраняя при этом высокое качество продукции.

Создание медиаконтента с помощью искусственного интеллекта – это уже не просто тренд, а полноценная революция в цифровом производстве. ИИ позволяет автоматизировать, ускорить и персонализировать процессы, которые раньше требовали больших ресурсов и времени.

Типы медиаконтента, создаваемого ИИ:

- текст: статьи, сценарии, описания, посты в соцсетях (например, с помощью ChatGPT, Jasper, Copy.ai);

- изображения: иллюстрации, обложки, мемы, концепт-арт (Midjourney, DALL·E, Stable Diffusion);

- аудио: генерация музыки, озвучка, подкасты (Soundraw, ElevenLabs, Descript);

- видео: автоматическая сборка роликов, анимация, deepfake-технологии (Runway ML, Synthesia, Pictory);

► Секция 4. Аудиовизуальные и интерактивные формы передачи информации

– интерактивный контент: чат-боты, виртуальные гиды, обучающие симуляции.

Преимущества использования ИИ:

– скорость: создание контента за минуты вместо часов;

– масштабируемость: можно генерировать сотни вариантов контента;

– персонализация: адаптация под целевую аудиторию;

– креативность: неожиданные идеи и визуальные решения;

– снижение затрат: меньше необходимости в больших командах.

Искусственный интеллект способствует расширению охвата и повышению эффективности дистрибуции медиаконтента. Благодаря рекомендательным алгоритмам пользователи получают персонализированные предложения, а SEO-инструменты позволяют оптимизировать заголовки и ключевые слова для улучшения видимости в поисковых системах. Аналитические модули ИИ отслеживают поведение аудитории, включая вовлеченность, длительность взаимодействия и коэффициенты конверсии, что позволяет издателям гибко корректировать стратегии распространения и повышать уровень доверия.

Интеграция искусственного интеллекта в медиапроизводство сопровождается рядом новых вызовов. В первую очередь, возникает вопрос авторства: следует ли считать создателем контента человека или алгоритм. Также актуальна проблема распространения недостоверной информации, генерируемой ИИ. Требуется обеспечить прозрачность алгоритмов, раскрывая принципы их работы. Некоторые платформы начали внедрять метки «создано ИИ» и раскрывать принципы работы алгоритмов, но это пока не является обязательной нормой. Кроме того, необходимо учитывать юридические аспекты – соблюдение авторских прав и защиту персональных данных. Например, в 2023 году суд США отказал в регистрации авторских прав на изображение, созданное нейросетью Midjourney без участия человека.

ИИ может использовать персональные данные для генерации контента или персонализации рекомендаций. Пример: генерация рекламных текстов на основе истории покупок пользователя. Это нарушение GDPR (общий регламент ЕС по защите данных), если пользователь не дал согласие.

Международные организации, включая Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС), ведут активные дискуссии по формированию нормативной базы в этой области.

В некоторых странах уже разрабатываются законы, регулирующие использование ИИ в медиа.

Издательские платформы уже внедряют ИИ для автоматизации редакторских процессов и генерации контента.

Консалтинговые агентства помогают издательствам интегрировать ИИ в подписные и стриминговые сервисы.

ИИ – это не просто технологический инструмент, а полноценный участник медиапроцесса. Он меняет не только способы создания и распространения контента, но и саму философию медиа. Важно не только использовать его возможности, но и осознанно подходить к вызовам, которые он ставит перед обществом, индустрией и правовой системой.

УДК 73/76.012.017:316.772.2

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРОЕКТНЫЙ АСПЕКТЫ

Янцевич Я. В.

магистр искусствоведения, старший преподаватель, аспирант
Белорусская государственная академия искусств, г. Минск

Рассмотрено понятие визуальных коммуникаций, а также их назначение и основные функции. Представлено историческое обоснование появления их как отдельного объекта дизайн-проектирования в предметно-пространственной и виртуальной средах. Освещены теоретический и практический аспекты рассматриваемой проблемы.

Ключевые слова: визуальные коммуникации, среда, навигация, идентификация.

Введение. Визуальные коммуникации в дизайне – это любая информация образного содержания. Если говорить о графической форме, просто большой объем буквенного текста не относится к средствам визуальной коммуникации, характерной чертой которой является то, что она передает информацию при помощи образно-эмоционального воздействия.

Наглядность визуальных коммуникаций апеллирует непосредственно к глубинным «слоям» сознания: прежде всего, задействован уровень архетипов, далее учитывается культурный контекст. [2] Визуальные коммуникации помогают нам ориентироваться в какой бы то ни было среде (предметно-пространственной