

ним связанные аспекты продолжают играть важную роль в различных сферах деятельности. Все больше людей с энтузиазмом будут углубляться в этот процесс.

Список использованных источников

1. coddyschool.com [Электронный ресурс] / Видеомонтаж: чем занимается и как им стать. – Режим доступа: <https://coddyschool.com/blog/video-editor-what-he-does-and-how-to-become-one/?ysclid=luzqa7lr41412602932> – Дата доступа: 10.03.2024.
2. translated.turbopages.org [Электронный ресурс] /Линейный монтаж видео. – Режим доступа: https://tr-page.yandex.ru/translate?lang=en-ru&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FLinear_video_editing – Дата доступа: 10.03.2024.
3. translated.turbopages.org [Электронный ресурс] /Нелинейное редактирование. – Режим доступа: https://tr-page.yandex.ru/translate?lang=en-ru&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FNon-linear_editing – Дата доступа: 12.03.2024.
4. studfile.net [Электронный ресурс] /Разновидности монтажа. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/8996929/page:2/> – Дата доступа: 12.03.2024.
5. tvkinoradio.ru net [Электронный ресурс] / 9 базовых видов монтажных склеек. – Режим доступа: <https://tvkinoradio.ru/practice/article13806-9-bazovih-vidov-montazhnih-skleeek/?ysclid=luzqobb95p853880400> – Дата доступа: 12.03.2024.

УДК 659.1:004.8

ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОДУКТОВ

Малин А.Г., доц., Дробитько В.А., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматриваются вопросы актуальности и роста интереса к ИИ в современном мире. Об использовании искусственного интеллекта при создании рекламных продуктов в условиях активного развития технологий и появлением большого объема данных у компаний и маркетологов, необходимости быстрого и точного анализа информации для создания эффективных рекламных кампаний, а также анализа примеров успешного применения ИИ в рекламе.

Ключевые слова: искусственный интеллект, история ИИ, роль ИИ в создании рекламных продуктов, аспекты использования интеллектуальных технологий, языки программирования, сферы использования ИИ, конкурентное преимущество ИИ в рекламе, целевая аудитория.

Идеи создания машин, обладающих сознанием, возникали еще в Древней Греции. В средние века и Новое время ученые создавали механизмы, заменяющие человеческий труд, например, в XVII веке Паскаль изобрел первую механическую цифровую вычислительную машину, в XIX веке Джозеф-Мари Жаккард создал программируемый ткацкий станок с инструкциями на перфокартах. В 1937 году Алан Тьюринг обнародовал свое изобретение – универсальную машину Тьюринга, в 1939 году в Нью-Йорке были представлены первый механический человек Electro с собакой Sparco.

Однако возможность разрабатывать программы, выполняющие сложные интеллектуальные задачи, появилась только после появления современных компьютеров после Второй мировой войны. В 1950-х годах ученые из различных областей стали задумываться о возможности создания искусственного мозга. Тогда исследования в области неврологии показали, что мозг представляет собой нейронную сеть, а А.Тьюринг предположил, что любой вид вычислений можно представить в цифровом виде, и в 1951 году была создана первая нейронная сеть SNARC аспирантом Марвином Мински. К 1950 году А. Тьюринг разработал тест, определяющий уровень схожести действий машины с сознанием человека, впоследствии названный тестом Тьюринга. Название «искусственный интеллект» впервые было использовано на Дартмутской конференции в 1956 году, тогда же и появилась научная дисциплина «Исследование искусственного интеллекта».

За следующее десятилетие был достигнут значительный прогресс, и в 1961 году британский ученый Джозеф Вейзенбаум пишет «Элизу» – первую разговорную компьютерную программу. Потом были написаны другие программы, которые заложили основы современных технологий.

В 1970-х годах были достигнуты следующие успехи:

- разработаны экспертные системы, способные принимать решения в сложных областях, таких как медицинская диагностика или юридические споры;
- нейронные сети, которые имитировали части мозга в программной форме;
- алгоритмы планирования, разработанные специально для робототехнических приложений, таких как самоуправляемые автомобили или беспилотные летательные аппараты (дроны).

80-е и 90-е годы был бурный рост развития технологий, который привёл к появлению множества новых приложений для искусственного интеллекта – от виртуальных агентов, способных общаться с клиентами по телефону или в онлайн-чатах, автоматизированной торговли акциями до таких продуктов, как «яблочный» Siri, который понимает запросы пользователей на естественном языке с помощью голосовых команд.

Сегодня для создания программ искусственного интеллекта существуют следующие специализированные языки программирования: AIML, IPL (самый первый язык программирования для искусственного интеллекта), Lisp, Smalltalk, STRIPS, Planner, POP-11, C++, Haskell, Prolog, Python.

Основными задачами искусственного интеллекта являются: анализ и решение проблем, возможность самообучения, способность воспринимать, воспроизводить человеческую речь, двигаться и планировать параметры движения.

На сегодняшний день искусственный интеллект используется все чаще и чаще во многих областях – от здравоохранения, где он ставит диагнозы на основе тысяч снимков и медицинских записей до финансов, где банки используют предиктивную аналитику и даже помогают трейдерам/инвесторам принимать лучшие решения быстрее, чем когда-либо. Даже повседневная жизнь теперь подвергается влиянию AI.

Умные колонки предлагают варианты взаимодействия с нашими умными домашними устройствами посредством голосового управления, а не взаимодействия с приложениями, а это в свою очередь позволяет удобно выполнять задачи без необходимости постоянно создавать правила и расписания вручную (рис. 1).

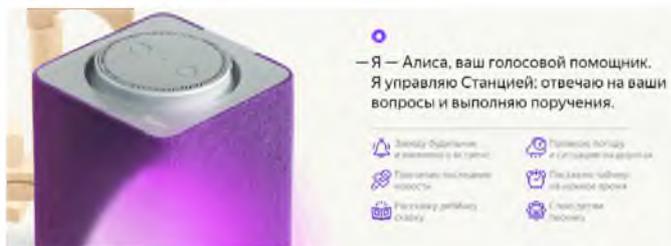


Рисунок 1 – Колонка «Алиса» и её функции

Методы машинного обучения позволяют одним автоматам распознавать устную речь и записывать ее, а другим – точно идентифицировать лица или отпечатки пальцев среди десятков миллионов других и обрабатывать тексты, написанные на естественных языках. Благодаря этим же методам самостоятельно движутся автомобили, компьютеры лучше врачей-дерматологов диагностируют

меланомы, роботы воюют вместо людей; а конвейеры на заводах все больше автоматизируются.

Активный рост использования ИИ начался еще несколько лет назад – по данным Salesforce, с 2018 по 2020-е годы маркетологи начали использовать умные алгоритмы на 186 % чаще. А 2022–23 гг. и вовсе стали прорывом в этой сфере.

Сейчас самообучающиеся интеллектуальные системы широко применяются практически во всех сферах, особенно в промышленности, банковском деле, страховании, здравоохранении и обороне. При этом искусственный интеллект может быть использован при создании рекламных продуктов в различных аспектах. Так, на пример, для создания рекламы сегодня его используют такие компании как: Google, Facebook, Amazon, IBM, Salesforce, Adobe, Pinterest, Apple, Spotify, Twitter.

В Беларуси первыми «нагенерировали» рекламу «Бобруйский бровар» и телеком-оператор life:). На основе материалов, сгенерированных нейросетью Midjourney, «Бобруйский бровар» продвигает бренд энергетических напитков No Limit (рис. 2).

life:) ограничился небольшим экспериментом – забрендировал иллюстрациями, созданными с помощью Midjourney, остановку транспорта возле ГУМа на проспекте Независимости в Минске (рис. 3).

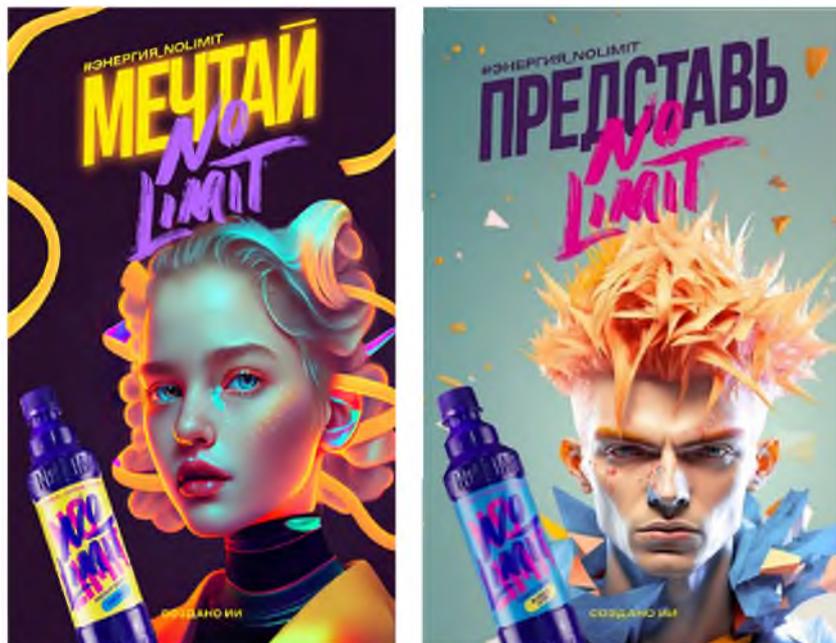


Рисунок 2 – Реклама энергетических напитков No Limit сгенерированная AI



Рисунок 3 – Реклама телеком-оператора life:) сгенерированная AI

Таким образом, в современном мире использование искусственного интеллекта при создании рекламных продуктов является эффективным и перспективным подходом, который позволяет значительно повысить эффективность и результативность рекламных кампаний, сохраняя им свою конкурентоспособность и успешно взаимодействовать с современным потребителем.

Список использованных источников

1. iot.ru [Электронный ресурс] / История ИИ – Режим доступа: <https://iot.ru/wiki/iskusstvennyy-intellekt> – Дата доступа : 10.04.2024.
2. GRIZZLY [Электронный ресурс] / Как использовать ИИ в рекламе – Режим доступа: <https://grizzly.by/about/blog/marketing/kak-ispolzovat-iskusstvennyy-intellekt-v-marketinge.html> – Дата доступа : 12.04.2024.
3. ПРО БИЗНЕС [Электронный ресурс] / Примеры использования ИИ в рекламе в Республике Беларусь и России – Режим доступа: <https://probusiness.io/marketing/10596-slishkom-krasivo-kak-kreativili-vreklame-beloruskie-izarubezhnye-kompanii-vaprele.html> – Дата доступа: 11.04.2024.