

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ В СОЗДАНИИ РЕКЛАМНОГО КОНТЕНТА: ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ЭТИЧЕСКИЕ РИСКИ НА ПРИМЕРЕ КЕЙСОВ ЯНДЕКСА И СБЕРА

Крутова Ева Александровна

студент, Казанский Федеральный (Приволжский) Университет, РФ, г. Казань

Старшинов Алексей Николаевич

научный руководитель, канд. полит. наук, доцент, Казанский Федеральный (Приволжский) Университет, РФ, г. Казань

ВВЕДЕНИЕ

Активное внедрение искусственного интеллекта в рекламную индустрию трансформирует способы создания рекламного контента и управления маркетинговыми коммуникациями. По данным Ассоциации коммуникационных агентств, в 2024 году 97 % агентств применяют ИИ-технологии в рекламе, в том числе собственные разработки и ChatGPT, Midjourney, Yandex GPT [8].

"Искусственный интеллект - это ключевое направление технологического развития, которое будет определять будущее всего мира, которое также создаст новые стандарты в нашем образовании [6].

Генеративные модели позволяют быстро создавать визуальные креативы, что экономит время и ресурсы на производстве рекламных материалов, как минимум в процессе мозгового штурма и питчинга идей [8].

Одновременно с этим возникают серьёзные этические и правовые риски. Многие исследователи такие, как Анна Белоедова и Виктория Романова, анализируют эти аспекты в контексте автоматизации рекламных процессов в России [3].

В данной работе мы имеем цель проанализировать влияние нейросетей на рекламный рынок на основе кейсов Яндекса и Сбера. Компании одни из первых внедрились генеративные модели в свою систему, а сегодня занимают лидерские позиции в сфере ИИ в России [6].

МЕТОДЫ

В работе мы использовали следующие методы: контент-анализ и кейс-стади.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Начнем с генеративных моделей Яндекса — YaGPT и Kandinsky. Компания применяет нейросети для автоматизации создания рекламного контента — текстового и визуального.

YaGPT — языковая модель, адаптированная под рекламный copywriting, запущенная в экосистеме «Яндекс.Директа» в 2023 году. Исследования компании показали, что YaGPT приносит до 15% дополнительных конверсий [10].

Kandinsky — открытая визуальная модель, применяемая для генерации баннеров. Например, в рекламной кампании Delivery Club использовали кадры с нейросетевыми иллюстрациями.

Далее рассмотрим генеративные модели Сбера — SberGPT и Salute AI. Компания применяет ИИ для создания игровых текстовых и голосовых рекламных материалов.

SberGPT используется для генерации сценариев рекламы и клиентских рассылок. Например, Сбер выпустил рекламный ролик, полностью сгенерированный нейросетью [12].

Однако есть случаи некорректного использования нейросети для генерации лживых отзывов в «СберМегаМаркет». Для борьбы с этим компания внедрила фильтр, который отслеживает ИИ-отзывы и отделяет их от настоящих [9].

Salute AI — голосовой ассистент, применяемый в рекламе и автоматических обзвонах клиентов. Данную нейросетевую модель применили для озвучки закадрового текста в рекламе Сбера [7].

Однако повышение оперативности и вовлечённости не компенсирует сниженные креативные, фактологические и этические качества, требуя гибридных моделей и контроля. Мы выделили следующие проблемы использования нейросетей:

Нарушение **авторского права** может приводить к судебным разбирательствам. Например, как с делом фотоагентства Getty Images и Stability AI, которые обучали свою нейросеть с помощью контента агентства. С момента появления ChatGPT и других ИИ-инструментов креативные индустрии столкнулись с юридическими и этическими вызовами [4].

Дискриминация нередко всплывает у нейросети. Например, ИИ Amazon отбирала только резюме мужчин, потому что IT-индустрии работают преимущественно мужчины — около 80% кадров [14]. Также существуют прецеденты с нейросетью, которая помогает полиции выявить потенциально опасные районы и указывала на места, где живут чернокожие [1].

Манипуляции и deepfake. Deepfake — это фотореалистичное изображение реального человека. У этого есть негативная сторона. Например, в 2019 году опубликовали дипфейк со спикером Палаты представителей США демократкой Нэнси Пелоси. Казалось, что она сильно пьяна, и СМИ стали критиковать ее. Только потом выяснили, что это был дипфейк [2].

В России, например, для борьбы с дипфейками в мае 2024 года Госдума внесла законопроект об уголовной ответственности за мошеннические дипфейки [5].

В Российской практике на данный момент только разрабатывается закон о маркировке ИИ-контента [11]. Сегодня некоторые компании добровольно маркируют рекламу с пометкой «создано с ИИ». Например, в 2024 году Яндекс объявил об этом [13].

В связи с этим мы считаем, что необходимо: ввести обязательную маркировку ИИ-контента, дополнительно редактировать ИИ-контент, использовать легальные данные, проводить мониторинг на наличие рисков, а также повышать медиаграмотность населения. Регуляторные тренды и научный анализ указывают на необходимое сочетание законодательных и организационных мер для безопасного внедрения ИИ в рекламу.

??????

На основе анализа кейсов Яндекса и Сбера мы пришли к выводу, что несмотря на существенное ускорение производства, существуют этические проблемы, которые необходимо урегулировать на государственном уровне.

Список литературы:

1. Акулова А. Почему искусственный интеллект несправедлив? Этические проблемы технологий / А. Акулова // Сайт информационного агентства «ТАСС». — URL:<https://tass.ru/obschestvo/11140359> (дата обращения: 04.05.2025)

2. Башкиров С. Что такое дипфейки, для чего их используют и чем они опасны / С. Башкиров // Сайт проекта «РБК Тренды» от информационного агентства «РБК». — URL:<https://trends.rbc.ru/trends/industry/637738a09a79478e6797b557> (дата обращения: 04.05.2025)
3. Белоедова А.В. Искусственный интеллект в рекламе: технологические и правовые вызовы / А.В. Белоедова, В.П. Романова // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2024. — № 43 (3). — С. 255-265
4. Гоар С. Судебное разбирательство Getty Images против Stability AI может создать прецедент в сфере авторских прав и ИИ / С. Гоар // Сайт новостного редактора «ИНК». — URL:<https://incru.ssa.ru/news/sudebnoe-razbiratelstvo-getty-images-protiv-stability-ai-mozhet-sozdat-pretседent-v-sfere-avtorskih-prav-i-ii/> (дата обращения: 04.05.2025)
5. Законопроект № 718538-8 // Сайт системы обеспечения законодательной деятельности Государственной автоматизированной системы «Законотворчество». — URL:https://sozd.duma.gov.ru/bill/718538-8#bh_note (дата обращения: 04.05.2025)
6. Исследование: «Яндекс» и Сбербанк оказались лидерами по искусственному интеллекту в России // Сайт информационного агентства «ТАСС». — URL: Исследование: "Яндекс" и Сбербанк оказались лидерами по искусственному интеллекту в России - ТАСС (дата обращения: 01.06.2025)
7. Использование искусственного интеллекта в маркетинге // Сайт единой платформы технологий и продуктов «Сбера». — URL:<https://developers.sber.ru/help/gigachat-api/marketing> (дата обращения: 04.05.2025)
8. Использование технологий ИИ и нейросетей в рекламе 2024 // Сайт Ассоциации Коммуникационных Агентств России. — URL: Использование технологий ИИ и нейросетей в рекламе 2024 | АКАР (дата обращения: 01.06.2025)
9. Мегамаркет внедрил фильтрацию отзывов, созданных ИИ // Сайт сервиса по управлению маркетплейсами «ЕКОМ+». — URL: <https://ecom-plus.ru/media/news/megamarket-vnedril-filtracziyu-otzyvov-sozdannyh-ii> (дата обращения: 04.06.2025)
10. Объявления от нейросети в Директе сделают вашу рекламу эффективнее // Сайт «Яндекс Рекламы». — URL: Объявления от нейросети в Директе сделают вашу рекламу эффективнее — Новости рекламных технологий Яндекса (дата обращения: 03.06.2025)
11. Фролова М. Точки над ИИ: в Госдуме начали разработку закона о маркировке созданного нейросетями контента / М. Фролова // Сайт информационного портала газеты «Известия». — URL: <https://iz.ru/1697745/mariia-frolova/tochki-nad-ii-v-gosdume-nachali-razrabotku-zakona-o-markirovke-sozdannogo-neirosetiami-kontenta> (дата обращения: 04.05.2025)
12. «Сбер» выложил созданный ИИ видеоролик про сказочных героинь к 8 Марта // Сайт сетевого издания «Комсомольская Правда». — URL: «Сбер» выложил созданный ИИ видеоролик про сказочных героинь к 8 Марта - KP.RU (дата обращения: 03.06.2025)
13. Яндекс начал маркировать рекламу, созданную генеративным ИИ // Сайт технологической компании «Яндекс». — URL: <https://yandex.ru/company/news/02-04-07-2024> (дата обращения: 04.05.2025)
14. Distribution of developers worldwide by gender as of 2024 // Сайт платформы данных и бизнес-аналитики Statista. — URL:<https://www.statista.com/statistics/1446245/worldwide-developer-gender-distribution/> (дата обращения: 04.05.2025)