

Сошинська Я. Є. Креативні індустрії та штучний інтелект: напрями взаємного впливу // Х Львівський міжнародний бібліотечний форум «Нова бібліотека – відповідальність кожного» : збірник матеріалів. – Київ, 2019. – С. 23–25. – 978-966-97740-6-4.

УДК 07-026.15:004.8

**Сошинська Ярослава Євгенівна**

канд. іст. наук, доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Київ, Україна

## **КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: НАПРЯМИ ВЗАЄМНОГО ВПЛИВУ**

Одним з найбільш динамічних секторів світової економіки є креативна економіка або креативні індустрії. Вони унікально поєднують і комерційну, і культурну цінності, інтелектуальні ресурси та інноваційні моделі, менш вразливі до фінансово-економічних криз порівняно із традиційними секторами економіки, суттєво впливають на валовий національний продукт. Все це сприяло утвердженню креативних індустрій у ролі так званих «драйверів економічного розвитку» у багатьох країнах світу.

Відповідно до матеріалів Конференції ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD, 2018), обсяг світового ринку креативних товарів зріс більш, ніж удвічі – з 206 млрд дол. у 2002 році до 509 млрд дол. у 2015 році. З огляду на це, креативна економіка вважається одночасно і зростаючим, і стійким сектором світової економіки, який має дійсно глобальний вплив та інтелектуалізує суспільні процеси. Експерти вказують на функціонування Культури 3.0, яка характеризується соціальними і технічними інноваціями і вже не зосереджена на розширенні попиту або аудиторії, а розвивається завдяки структурним трансформаціям креативного виробництва, що роблять доступ до культурного контенту простішим.

Креативна економіка стає частиною загальної стратегії розвитку країни, сприяє пожвавленню національної економіки, де відбувається гібридний та динамічний економічний і культурний обмін, заснований на інноваціях. Інвестування в культуру та креативні індустрії є рушієм соціального розвитку, позитивно позначається на загальному добробуті громади, самооцінці особистості, якості життя, сприяє діалогу та згуртованості.

Водночас, спостерігаємо й вплив технологій на креативні індустрії. Очевидно, що технології не лише є безпосереднім інструментом для зростання творчості, але й допомагають долати бар'єри, вирішувати конкретні проблеми і в сфері культури, і в суспільному житті в цілому. На креативних індустріях суттєво позначилась конвергенція інтернету, обчислювальної техніки, телекомунікаційних і телевізійних технологій і ті

можливості, які вони пропонують для цифрового зберігання даних, великих даних, пов'язаних даних, передачі та відтворення цифрових медіа. Інтернет кардинально змінив спосіб розповсюдження та обміну інформацією і творами мистецтва, а також те, як ми співтворимо та взаємодіємо в їхньому спільному виробництві.

Взаємний вплив технологій та креативних індустрій наразі призвів до таких інноваційних результатів:

- появи нових форм художньої виразності та абсолютно нових жанрів мистецтва (наприклад, медійне мистецтво, цифрове мистецтво, відеомистецтво);
- формування нових уявлень про творчість, зокрема, в музеях, театрах, галереях тощо, та нових форм творчості, у яких не бере участі людина;
- використання нових матеріалів, процесів та інструментів для творчих практик;
- створення нових бізнес-моделей, груп споживачів та каналів розповсюдження, нових способів збуту креативних продуктів, інструментів, додатків та послуг;
- появи нових форм взаємодії користувача та виробника креативних продуктів;
- формування нових віртуальних спільнот творців та новаторів.

До сучасних глобальних мета-трендів, які й надалі справлятимуть суттєвий вплив на креативні індустрії, відносимо штучний інтелект. На думку Д. Ньюмена (Daniel Newman), штучний інтелект цілком спроможний принципово змінити весь творчий процес. Примітно, що окремі дослідники вказують штучний інтелект в переліку складників креативних індустрій, наприклад: *photography, industrial innovation and artificial intelligence* (Bujor, Avasilcai, 2015).

Нині у центрі уваги також знаходиться здатність штучного інтелекту трансформувати творчі практики, і важливість цього продовжує зростати завдяки ланцюжку створення цінності.

Використання штучного інтелекту у творчій та культурній сферах зробило видимим прогрес щодо виробництва, розповсюдження та споживання контенту у музиці, мистецтві, моді та кіно (Всесвітній економічний форум, 2018). Штучний інтелект допомагає зробити креативні продукти та послуги більш персоналізованими. Наприклад, видавці цифрового контенту можуть використовувати штучний інтелект для вивчення поведінки користувачів, їхніх звичок користування медіа й надалі враховувати їхні інтереси та навіть настрої.

Як вже вказувалося, широкий спектр креативного контенту створюється за допомогою технологічних платформ. Це реформує відносини між авторами, видавцями і технологічними компаніями. У зв'язку з цим, штучний інтелект створює нове середовище, в якому медіаплатформа може здійснити визначальний вплив на наше інформаційно-розважальне споживання.

Таким чином, технології штучного інтелекту можуть багаторазово використовуватися на трьох основних рівнях: на рівні створення нового медійного контенту; на рівні виробництва – редагування та обробки контенту; на рівні споживання – використання та взаємодії з контентом. Інструменти штучного інтелекту здатні динамічно адаптувати контент відповідно до досвіду клієнта, у т.ч. адаптувати сам зміст та його формат до можливих випадків інвалідності, аби створити доступний та інклюзивний медійний продукт. Так само штучний інтелект може використовуватися для створення і синтезу нового контенту з великих баз даних, наприклад, автоматичного створення і вилучення новин, або допомагати авторам розробляти нові інтелектуальні продукти швидше та ефективніше, наприклад автоматично формувати 3D об'єкти.

Отже, штучний інтелект в царині креативних індустрій, зокрема медіа, є потужним, релевантним та багатообіцяючим, з низкою інноваційних підходів, інструментом розвитку і галузі, і людства загалом.

*Джерела:*

Artificial intelligence in the media and creative industries / Vital Media project. – 2019. – Mode of access: <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1905/1905.04175.pdf>.

Bujor A., Avasilcai S. Creative Industries as a Growth Driver: An Overview. – 2015. – Mode of access: <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-13-0/papers/ML15-351.pdf>.

Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries / United Nations Conference on Trade and Development. – 2018. – 445 p. – Mode of access: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf).

Towards European Media Sovereignty: An Industrial Media Strategy to leverage Data, Algorithms and Artificial Intelligence: A report by Guillaume Klossa, special adviser to European Commission / European Commission. – March 2019. – Mode of access: <https://bit.ly/2Yxz6SL>.