Светлана Леонидовна Уразова

Всероссийский государственный университет кинематографии им. С. А. Герасимова (Москва)

[svetlana.urazova@gmail.com](mailto:svetlana.urazova@gmail.com)

Артем Рубенович Байбуртян

Академия медиаиндустрии (Москва)

[artem.bayburtyan@gmail.com](mailto:artem.bayburtyan@gmail.com)

**Креативные индустрии в сетевой информационно-цифровой реальности: модусы адаптации**

Рассматривается проблема нового концептуально-структурного поворота в медиаиндустрии как ведущей институциональной системе, чья деятельность нацелена на развитие сложнейшего сегмента рынка – духовно-интеллектуального. Обосновывается апробируемый ныне стандарт отношений «человек – машина», тенденция превращения медиа в творческую (креативную) индустрию, адекватную формируемой новой сетевой информационно-цифровой реальности.

Ключевые слова: технологии, медиа, креативность, реальность, социум.

Динамика освоения высоких интеллектуальных технологий, таких как искусственный интеллект (Artificial Intelligence), интернет вещей (Internet of Things), VR-технологии (Virtual Reality), проецирует масштабные трансформации в современной медиаиндустрии.

Стоит предположить, что использование этих технологий видоизменит:

а) подходы к созданию медиапродукта любого жанра, прежде всего аудиовизуального (увеличение скорости его производства);

б) мгновенную адаптацию медиапродукта на разных языках (показ видеосюжета, его представленность на иностранном языке, что ведет к расширению медиакоммуникаций и аудитории);

в) повышенную креативность сюжетов рекламной продукции, сближение семиотики аудиовизуальной рекламы с медиа (рост экономического потенциала медиапродукта);

г) показ элементов разнообразного дизайна, фрагментов видеосюжетов с целью вовлечения реципиента в событие и создания эмпатии (социокультурный аспект);

д) обновление критериев подхода к знаниевому коду, компетенциям, навыкам журналистов (образовательный аспект с целью расширения концептуальных знаний, понимания их причинно-следственных связей, включая междисциплинарность их применений на практике).

Возможны и иные теоретико-практические модификации в сфере медиаиндустрии при использовании высоких интеллектуальных технологий. Но важно отметить: сложившаяся исторически система жанров в медиаиндустрии останется незыблемой, хотя и ей при использовании высоких технологий грозит некая шаблонизация при создании медиапродукции (снижение когниций восприятия при обработке информации в сознании человека). Такая востребованность высоких технологий допустима, подтверждает их функциональность с учетом формируемых ныне взаимоотношений «человек – машина».

Интерес к искусственному интеллекту в силу его проектируемых возможностей в мире растет. Согласно данным, 60% крупных и средних компаний разных стран либо применяют (12%), либо тестируют (48%) эти прорывные технологии [2]. В России искусственный интеллект изучается многие годы, применяется в ряде направлений: компьютерное зрение – область видеоаналитики; распознавание речи (чат-боты) – проектирование «цифровых сотрудников», «цифровых ассистентов»; понимание смысла текста – создание вербального произведения (новости, сценарий, отчеты); а также создание робототехники – робот-ведущий теленовостей, робот-преподаватель и т.д. [4]. Тем не менее, ученые предупреждают о переходе человечества на следующий этап социотехнической коэволюции (эволюция биологических и культурных факторов жизни человека) и о том, что «…современный человек, помимо природной среды, сопряжен еще с четырьмя жизненными Umvelt-мирами: Техно-миром машин, гаджетов и киберов; Нейро-миром виртуальной реальности; Мифо-миром культуры и истории; Net-миром сетей и коллективного бессознательного (краудсорсинг и краудфандинг)» [1].

Минимизировать риски адаптации человека в искусственной техножизни поможет активное развитие гуманитарного сегмента национальной цифровой экономики, подход к которому сформулирован в **Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. [3: 26]. В эту проекцию входят и современные медиа, производство цифрового контента – кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных, разработка программного обеспечения, виртуальная, дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блогерство, печатная индустрия, СМИ, реклама. К 2030 г. они будут объединены в кластерную метасистему с множеством функциональных направлений и подсистем, что соотносится с проекцией развития сетевой информационно-цифровой эпохи [5].**

В целом основное кредо и проекция развития конгломерата творческих (креативных) индустрий направлена на расширение коллективного и индивидуального сознания наших современников. И это вопросы не только научения рефлексии и прогнозирования будущего, но и понимания смыслов объективной реальности, значимости цивилизационного кода – интеллектуальных представлений и понятий, моделей поведения, языковых и имиджевых характеристик, ценностных ориентиров, то есть того, что отражает позитивные и негативные особенности новой информационно-цифровой эпохи.

# Литература

1. Аршинов В. И., Буданов В. Г. Онтологии и риски цифрового техноуклада: к вопросу о представлении социотехнического ландшафта // Сложность. Разум. Постнеклассика. 2019. № 2. С. 51–60.
2. Ведомости. Искусственный интеллект применяют 60% крупных и средних компаний. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2022/01/12/904347-iskusstvennii-intellekt-primenyayut-60-kompanii>. (дата обращения: 30.03.2023).
3. **Концепция развития творческих (креативных) индустрий // Правительство РФ. Распоряжение № 2613-р. 2021. URL:** <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf>. **(дата обращения: 30.03.2023).**
4. Технологии и решения искусственного интеллекта. Обзор TAdviser // URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Технологии_и_решения_искусственного_интеллекта:_точка_перелома._Обзор_TAdviser>. (30.03.2023).
5. Уразова С. Л. Креативные индустрии как метасистема и фактор социальной адаптации в новой цифровой реальности // Вестник ВГИК. 2023. Т. 15. № 1(55). С. 144–150.