Екатерина Зеленчук

Санкт-Петербургский государственный университет

[st081137@student.spbu.ru](mailto:st081137@student.spbu.ru)

Анна Михайловна Кузьмина

Санкт-Петербургский государственный университет

[a.m.kuzmina@spbu.ru](mailto:a.m.kuzmina@spbu.ru)

**Искусственный интеллект в SMM: диверсификация аудитории и персонализация контента**

Рассматривается специфика применения генеративного искусственного интеллекта как инструмента SMM, выявляются основные преимущества применения искусственного интеллекта в процессах диверсификации аудитории в социальных медиа и персонализации медиаконтента

Ключевые слова:генеративный искусственный интеллект, SMM, искусственный интеллект, медиаконтент.

Сегодня роль социальных медиа в современном обществе постоянно и неуклонно растет. Очевидно, что процесс поиска контента, который привлекал бы внимание аудитории, непрерывен в постоянно меняющемся маркетинговом ландшафте. По данным отчета Global Digital, в настоящее время насчитывается более 5,04 миллиардов пользователей социальных сетей, что говорит о том, что брендам нужно бороться за внимание аудитории, создавая креативный и инновационный медиаконтент [2]. По этой причине бренды обращаются к генеративному искусственному интеллекту для улучшения своих SMM-возможностей.

Генеративный искусственный интеллект (AI, ИИ) стал неотъемлемой частью нашей повседневной и профессиональной жизни. Но использование и внедрение его в различные, в том числе коммуникационные и маркетинговые процессы, вызывает множество вопросов. Его развитие происходит насотолько быстрыми темпами, что SMM-специалисты не успевают в полной мере активно его применять и адаптироваться к нему. Все это указывает на значительное влияние и потенциал данной технологии в современном маркетинге.

Генеративный искусственный интеллект в научной литературе определяется как разновидность искусственного интеллекта, который может создавать оригинальные информационные материалы на основе таких данных, с помощью которых выполняется его обучение [1]. Более того, он рассматривается как более совершенный интеллектуальный цифровой инструмент для работы с маркетинговой информацией.

Так, генеративный искусственный интеллект используется в SMM следующим образом:

* генерация контента: ГИИ может создавать уникальные и привлекательные тексты, изображения, музыку и видео для размещения в социальных сетях;
* анализ данных: ГИИ может помочь в анализе множества данных социальных медиа и предоставить ценную информацию о поведении аудитории, эффективности кампаний и трендах в отрасли;
* персонализация контента: ГИИ может использоваться для персонализации контента под конкретных пользователей на основе их предпочтений, интересов и демографических данных. Это может значительно улучшить степень вовлеченности аудитории в коммуникацию и повысить конверсию;
* автоматизация процессов: ГИИ может автоматизировать ряд процессов в SMM, таких как: планирование постов, мониторинг реакций аудитории, отправка персонализированных сообщений и т.д.

Генеративный ИИ помогает сэкономить время и ресурсы при управлении маркетинговым контентом в социальных сетях. А значит, генеративный искусственный интеллект может значительно улучшить результативность стратегии SMM, помогая компаниям привлекать и диверсифицировать свою аудиторию.

Литература

1. Константинова Л. В., Ворожихин В. В., Петров А. М., Титова Е. С., Штыхно Д. А. Генеративный искусственный интеллект в образовании: дискуссии и прогнозы // Открытое образование. 2023. № 2.
2. Статистика интернета и соцсетей на 2024 год. URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2024-v-mire-i-v-rossii/>. (дата обращения: 20.01.2023).