

1. "Дизайн философиясына кіріспе. Нәрсе. Пішіні. Стиль", т. ю. Быстрова, Екатеринбург, 2001 ж. – 201с.
2. Ажгалиев Ш.У., Темиргалиев Н. Об информативной мощности линейных функционалов // Мат. заметки, Т. 73, №6, 2003, С. 803-812.
3. Темиргалиев Н. Об оптимальном восстановлении решений классических уравнений математической физики // I-съезд математиков Казахстана: Тезисы докладов. Шымкент. 1996. С.151-153.
4. N. Nayryzbayev, N. Temirgaliev An Exact Order of Discrepancy of the Smolyak Grid and Some General Conclusions in the Theory of Numerical Integration // Found Comput Math. 2012 №12. P.139–172
5. Райдер Л. Квантовая теория поля. – М.: Платон, 1998, 315 с.

УДК 7.036

## **ПРОБЛЕМА ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ**

**Климова Гауһар Алтынбекқызы**

*zxcxvbbnmg@gmail.com*

Магистрант 1 курса ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – Бегімбай К.М.

В настоящее время искусственный интеллект стал неотъемлемой частью многих сфер нашей жизни, включая графический дизайн. Применение искусственного интеллекта в данной области позволяет значительно сократить время и улучшить качество работы, а также расширить возможности и творческий потенциал дизайнера.

В данной научной статье мы рассмотрим проблемы, связанные с применением искусственного интеллекта в графическом дизайне, а также рассмотрим плюсы и минусы данного подхода и возможные пути решения проблем.

Одним из преимуществ использования искусственного интеллекта в графическом дизайне является возможность автоматизации многих процессов, которые ранее занимали много времени и усилий у дизайнера. Например, с помощью ИИ можно создавать логотипы, фоны, шрифты, иконки и многие другие элементы дизайна. Кроме того, ИИ может использоваться для улучшения качества изображений, путем устранения шумов и артефактов, улучшения контрастности и насыщенности цветов. Однако, при использовании искусственного интеллекта в графическом дизайне возникает ряд проблем. Одной из главных проблем является недостаток творческого подхода. Дизайн созданный с помощью ИИ может быть чрезмерно стандартизированным и лишенным индивидуальности. Также, дизайн созданный с помощью ИИ может не отражать особенностей бренда или компании, которую он представляет [1].

Еще одной проблемой использования искусственного интеллекта в графическом дизайне является этический аспект. К примеру, дизайнеры могут использовать ИИ для создания изображений, которые могут использоваться в манипулятивных целях или для распространения неправдивой информации. Это может привести к серьезным последствиям, таким как распространение фейковых новостей или манипуляция общественным мнением.

Также важно учитывать вопросы безопасности при использовании искусственного интеллекта в графическом дизайне. Некоторые методы машинного обучения, используемые в ИИ, могут быть уязвимы к атакам, что может привести к нежелательным последствиям, таким как утечка конфиденциальных данных [2].

Кроме того, вопросы прав на созданные с помощью ИИ произведения также являются важными. Некоторые изображения, созданные с помощью ИИ, могут быть защищены авторским правом. Дизайнеры должны быть ознакомлены с законодательством в области интеллектуальной собственности и убедиться, что они не нарушают права на интеллектуальную собственность других лиц [3].

Однако, существуют и другие проблемы, связанные с использованием ИИ в графическом дизайне. Одна из таких проблем - это недостаток творческого подхода. Искусственный интеллект может создавать изображения на основе заданных параметров, но он не может воспроизвести человеческий творческий подход и интуицию. Дизайнеры должны быть в состоянии оценить творческий потенциал ИИ и находить баланс между использованием технологий и творческой интуицией. Еще одна проблема, связанная с использованием искусственного интеллекта в графическом дизайне, это манипулятивное использование изображений. ИИ может быть использован для создания изображений, которые будут манипулировать эмоциями и мнением зрителей. Это может быть особенно опасно в контексте политических кампаний или рекламы, где изображения могут быть использованы для манипулирования общественным мнением. Дизайнеры должны быть осведомлены о манипулятивных методах, используемых в ИИ, и принимать меры для их предотвращения [4].

Действительно, манипулятивное использование изображений может иметь серьезные последствия для общества. Искусственный интеллект может быть использован для создания фальшивых изображений, которые трудно отличить от настоящих. Это может привести к распространению неправдивой информации, что может нанести вред как отдельным людям, так и целым сообществам. Для предотвращения манипулятивного использования изображений, дизайнеры должны быть бдительны и использовать ИИ только в тех случаях, когда это необходимо и этично. Они должны также проверять качество источников, используемых для создания изображений, и стараться минимизировать манипулятивные элементы в своей работе. Одним из подходов к предотвращению манипулятивного использования изображений может быть использование технологий, которые могут помочь выявлять фальшивые изображения. Это может включать использование алгоритмов машинного обучения, которые могут помочь распознать фотопшоп или другие манипуляции с изображениями [5].

В целом, дизайнеры должны использовать ИИ с осторожностью и учитывать этические и социальные аспекты своей работы. Они должны принимать меры для предотвращения манипулятивного использования изображений и обеспечивать правдивость и точность своей работы. Только так мы можем использовать преимущества ИИ в графическом дизайне, минимизируя его негативное влияние на общество [6].

Еще одной проблемой, связанной с использованием искусственного интеллекта в графическом дизайне, является потенциальная угроза для профессиональных дизайнеров. Некоторые люди могут предпочитать использовать ИИ для создания дизайнов вместо того, чтобы нанимать профессиональных дизайнеров. Это может привести к уменьшению спроса на услуги дизайнеров и угрожать их профессиональному статусу. Однако, следует

отметить, что ИИ не может полностью заменить профессиональных дизайнеров. ИИ может быть полезным инструментом для автоматизации некоторых задач, но он не может заменить творческий процесс, который требуется для создания уникальных и эффективных дизайнов. Профессиональные дизайнеры должны учиться использовать ИИ в своей работе и адаптироваться к изменяющейся ситуации на рынке труда [7].

Кроме того, ИИ может быть использован для создания неправдивой информации. Это может привести к серьезным последствиям, таким как распространение фейковых новостей или манипуляция общественным мнением. Также важно учитывать вопросы безопасности при использовании искусственного интеллекта в графическом дизайне. Некоторые методы машинного обучения, используемые в ИИ, могут быть уязвимы к атакам, что может привести к нежелательным последствиям, таким как утечка конфиденциальных данных [8].

Кроме того, вопросы прав на созданные с помощью ИИ произведения также являются важными. Некоторые изображения, созданные с помощью ИИ, могут быть защищены авторским правом. Дизайнеры должны быть ознакомлены с законодательством в области интеллектуальной собственности и убедиться, что они не нарушают права на интеллектуальную собственность других лиц. Применение искусственного интеллекта в графическом дизайне имеет свои преимущества и недостатки. Он может помочь дизайнерам автоматизировать некоторые процессы, ускорить создание и улучшить качество изображений. Однако, его использование также сопряжено с рядом проблем, таких как недостаток творческого подхода, манипулятивное использование изображений, распространение неправдивой информации, проблемы безопасности и прав на интеллектуальную собственность [9].

Дизайнеры должны быть осведомлены об этих проблемах и использовать ИИ в графическом дизайне с учетом этих факторов. Они должны находить баланс между использованием технологий и творческой интуицией, а также принимать меры для предотвращения манипулятивного использования изображений и распространения неправдивой информации. Несмотря на то, что ИИ может быть полезным инструментом для дизайнеров, важно понимать, что он не может полностью заменить творческий подход и интуицию человека. Дизайнеры должны использовать ИИ как инструмент, а не как замену для своих навыков и опыта [10].

В будущем, использование искусственного интеллекта в графическом дизайне будет продолжать развиваться и улучшаться. Дизайнеры должны следить за этими тенденциями и адаптироваться к новым технологиям, чтобы продолжать эффективно выполнять свою работу и создавать качественные и креативные изображения.

В заключение, использование искусственного интеллекта в графическом дизайне представляет собой как преимущества, так и некоторые проблемы. Дизайнеры должны учитывать эти проблемы и принимать меры для их предотвращения, включая бдительное отношение к этическим и социальным аспектам своей работы, проверку качества источников, использование технологий для выявления фальшивых изображений и адаптацию к изменяющейся ситуации на рынке труда. Только так мы можем использовать ИИ в графическом дизайне наиболее эффективно и безопасно.

Применение искусственного интеллекта в графическом дизайне представляет много перспективных возможностей. Однако, при использовании ИИ необходимо учитывать этические и безопасностные аспекты. Дизайнеры должны быть внимательны к возможным проблемам, таким как недостаток творческого подхода, манипулятивное использование изображений и нарушение авторских прав, и принимать меры для их предотвращения. В целом, при правильном использовании искусственного интеллекта в графическом дизайне, можно достичь более высокого уровня эффективности и качества работы, при сохранении этических и безопасностных принципов.

## Список использованных источников

1. Самсонович О. О., Фокина Е. А. Искусственный интеллект — новые реалии // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2018. — № 5–1. — С. 257–263.
2. E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование): сборник статей / Е.А. Останина, Л.В. Кузнецова, Е.С. Хохлов [и др.]; рук. авт. кол. и отв. ред. д.ю.н. М.А. Рожкова. – Москва: Статут, 2019. – 448 с.
3. Архипов В.В., Наумов В.Б. Искусственный интеллект и автоном-ные устройства в контексте права: о разработке первого в России закона о робототехнике // Труды СПИИ РАН. – 2017.- Вып. 6 (55). – С. 46-62.
4. Dewey, J. The Historic Background of Corporate Legal Personality // Yale Law Journal. – 1926. № 35. – pp. 655 – 673.
5. Бирюков, А. Н. Нейросетевое моделирование как инструмент искусственного интеллекта для бюджетно-налоговых систем / А. Н. Бирюков // Современные научные исследования и разработки. – 2018. - № 2. – С. 47-55.
6. Гаджиев Г.А., Войниканис Е.А. Может ли робот быть субъектом права (поиск правовых норм для регулирования цифровой экономики)? // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2018. – № 4. -С. 24-48.
7. Карпов, В.Э. Социальные сообщества роботов : монография / В. Э. Карпов, И. П. Карпова, А. А. Кулинич. – М. : URSS, 2019. – 352 с.
8. Лопатина, А. М. Искусственный интеллект: польза или опасность? / А. М. Лопатина // Вестник современных исследований. – 2018. - № 9.1. – С. 162-163.
9. Ромашкова И. А. Проблемы развития искусственного интеллекта и пути их решения [Электронный ресурс] / И. А. Ромашкова, Е. С. Аболихина // Молодежный научный вестник. – 2018. - № 1 (26). – С. 118-12.
10. Финн, В. К. Искусственный интеллект: методология применения/ В. К. Финн. - Изд. стереотип. - М. : Красанд, URSS, 2018. - 448 с.

УДК 577.4

## ЭФФЕКТИВНОЕ СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА В ИНТЕРНЕТЕ

**Мусагали Амиржан Асетович**

*amir.musagali@gmail.com*

Магистрант 1 курса ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель - Базарбаева С.М.

Разработка рекламного продукта и использование возможностей интернета для его продвижения может стать мощным способом охвата большой аудитории. Первый шаг - это создание эффективного рекламного продукта, который привлечет внимание людей и четко передаст послание к аудитории. Как только появляется продукт, необходимо использовать различные онлайн-платформы для его продвижения. Социальные медиа-платформы, такие как Facebook, Instagram и Twitter, являются отличным местом для начала. Можно создавать объявления прямо с профессионального аккаунта или страницы и продвигать их на платформах [1]. Цифровой маркетинг предполагает использование цифровых СМИ для информирования рынка о вашем бизнесе и привлечения людей к покупке ваших товаров и услуг [2].