

**МАТЕМАТИЧЕСКИЕ, СТАТИСТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ /  
MATHEMATICAL, STATISTICAL AND INSTRUMENTAL METHODS OF ECONOMICS**

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.148.49>

**ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И НЕЙРОННЫЕ СЕТИ В РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ: НОВЫЙ ТРЕНД  
НА АВТОМАТИЗАЦИЮ И СИМБИОТИЧЕСКОЕ СОСУЩЕСТВОВАНИЕ ЧЕЛОВЕКА И ТЕХНИЧЕСКИХ  
ИННОВАЦИЙ**

Научная статья

**Анненкова А.В.<sup>1,\*</sup>**

<sup>1</sup>ORCID : 0000-0001-6870-8126;

<sup>1</sup>Юго-Западный государственный университет, Курск, Российская Федерация

\* Корреспондирующий автор (antonina-1984[at]yandex.ru)

**Аннотация**

В статье рассматриваются возможности применения нейронных сетей и искусственного интеллекта для целей рекламной индустрии. Сегодня современные инновационные технологии играют заметную роль в мире, трансформируя общество и все ключевые сферы его развития. Нейронные сети по своей структуре представляют имитацию человеческого мозга, реализуя принципы нелинейных связей между отдельными нейронами, что позволяет им практически мгновенно обрабатывать огромные массивы данных для получения требуемого результата, удовлетворяющего заданным условиям. Нейронные сети способны успешно генерировать разнообразный контент вербально-визуальной структуры, что уже сейчас применяется крупными компаниями рекламной индустрии, тем не менее, критики искусственного интеллекта полагают, что внедрение нейросетей в креативную деятельность может постепенно вытеснить человека из данной сферы. Проведённый нами сравнительно-сопоставительный анализ работ нейросетей и креативной команды представителей рекламной сферы показал, что на текущем этапе развития технологий искусственного интеллекта нейронные сети не способны заменить человека, но могут стать частью симбиотической креативной команды «человек-нейросеть», что позволит автоматизировать и усовершенствовать процесс работы над инфоконтентом рекламной кампании.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, нейронная сеть, чат-бот, маркетинг, рекламная сфера.

**ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND NEURAL NETWORKS IN THE ADVERTISING INDUSTRY: A NEW TREND  
TOWARDS AUTOMATION AND SYMBIOTIC COEXISTENCE OF PEOPLE AND TECHNICAL INNOVATIONS**

Research article

**Annenkova A.V.<sup>1,\*</sup>**

<sup>1</sup>ORCID : 0000-0001-6870-8126;

<sup>1</sup>Southwest State University, Kursk, Russian Federation

\* Corresponding author (antonina-1984[at]yandex.ru)

**Abstract**

The article examines the possibilities of application of neural networks and artificial intelligence for the purposes of the advertising industry. Today, modern innovative technologies play a prominent role in the world, transforming society and all key areas of its development. Neural networks in their structure represent an imitation of the human brain, implementing the principles of non-linear connections between individual neurons, which allows them to almost instantly process huge amounts of data to obtain the required result, satisfying the given conditions. Neural networks are able to successfully generate a variety of content of verbal and visual structure, which is already used by large companies in the advertising industry, however, critics of artificial intelligence believe that the introduction of neural networks in creative activity can gradually displace humans from this area. Our comparative analysis of the work of neural networks and the creative team of representatives of the advertising sphere has shown that at the current stage of development of artificial intelligence technologies, neural networks cannot replace humans, but can become part of a symbiotic creative team "human-neural network", which will automate and improve the process of working on the info content of an advertising campaign.

**Keywords:** artificial intelligence, neural network, chatbot, marketing, advertising sphere.

**Введение**

Современный мир находится в постоянном движении и изменении, динамично трансформируясь в ответ на развитие и появление инновационных разработок в той или иной области. На данном этапе развития общества особый интерес для науки представляют технологии, развивающиеся с невероятной скоростью – нейронные сети и искусственный интеллект (ИИ), оказывающие непосредственное влияние на практически все области жизнедеятельности человека и общества [1], [2]. Не стала исключением и сфера маркетинга и рекламной индустрии.

Так что же такое нейронные сети и как их использование для генерации уникальных и творческих рекламных текстов, но может расширить возможности маркетинговой сферы, а также какие негативные аспекты могут «проявиться» при использовании инструментария ИИ, особенно для тех работников, которые непосредственно заняты в производстве и размещении рекламного контента.

## Основная часть

Нейронные сети или нейросети – это сложные компьютерные программы, которые функционируют по принципу работы мозга человека, иными словами, они могут самообучаться, принимать решения, совершенствоваться в своей деятельности и своих навыках, которые необходимы для грамотного выполнения задач и действий, запрограммированных создателем или заданных пользователями.

Для того чтобы обеспечить корректность деятельности нейросети, необходимо её «запрограммировать», то есть задать начальные алгоритмы, которые после «тренировки» на примерах и «обучения» на обработке и отработке тривиальных задач, постепенно смогут самостоятельно определять подходы и методы к реализации и осуществлению дальнейшей работы. Но важно понимать, что хоть возможности ИИ практически безграничны, он, в отличие от человеческого интеллекта и мозга, всё же обладает ограничениями, которые определяются возможностями кода программы.

Рассмотрим, какими преимуществами обладают нейросети и что они могут предложить для генерации текста и изображения. Основным достоинством ИИ является наличие мощного инструментария, при помощи которого нейросети способны обрабатывать огромные массивы данных и эффективно настраивать стратегии для получения результата, наилучшим образом коррелирующего с поставленной задачей. Нейросеть не понимает существующей картины мира, а, оперируя большими массивами данных, осуществляет их перекомбинирование, за счёт чего происходит генерация новых уникальных текстов и изображений. Такие создаваемые нейросетью тексты характеризуются высокой степенью персонализации, основанной на высокодетализированных параметрах. Кроме того, нейросети могут подстраиваться под каждую конкретную целевую аудиторию, анализируя её паттерны поведения и конкретные условия и предлагая наиболее релевантные варианты вербально-визуальных сообщений. Из этого можно заключить, что нейросети обладают возможностью осуществлять прогнозирование на основе изменяющихся трендов общества и возможных ожиданий целевой аудитории, на работу с которой они запрограммированы. ИИ также позволяет не только ускорить, но и значительно модифицировать процесс автоматизации всех процессов, связанных с генерацией текста, а также с рассылкой информации, электронных писем, управлением социальными медиа и контактированием с клиентами по решению простых вопросов, не требующих общения с оператором.

На сегодняшний день известно несколько нейросетей, которые считаются популярными и могут быть применимы для решения задач разного типа и рода, например, связанные с генерацией

- 1) текста (*ChatGPT, YandexGPT, Hypotenuse AI, Katteb, Rytr, Claude.ai, Copilot, Gerwin, GigaChat*);
- 2) изображений (*Midjourney, Kandinsky 2.2, Flair, Dream (by Wombo), Looka, Шедеврум, Stable Diffusion 3.0, Craiyon*);
- 3) виртуальных миров, игровых вселенных и персонажей (*Scenario, Rosebud AI, InWorld, Leonardo.ai, Opus, Saga PRG*);
- 4) аудиоформатов и работе с ними (*MacWhisper, SteosVoice, Uberduck, WavTool, Tacotron, WaveNet, FastSpeech*);
- 5) видеоформатов и работе с ними (*Visper, Designs.ai, Fliki, Runway, Pictory, Genmo, Pika, Stable Video Diffusion*);
- 5) программного кода (*Codeium, Adrenaline, CodePal, GitHub, Copilot, Tabnine, Fig, Documatic, Mintlify, Snyk Code*);
- 6) документов и создание презентаций (*Notion AI, SlidesAI, Kickresume, Wepik, Tome, MagicSlides, Gamma, Prezo, Slidebean*).

Существуют и другие нейросети, которые могут, например, создавать рецепты (*ChefGPT, AI Recipe Generator, Mealpractice, RecipeGPT, Vinetribе*), проектировать дизайн и интерьеры (*REImagineHome, Interior AI, Playground AI, Stable Diffusion, Deep Dream, RoomGPT*), позволяют создавать образы (*Outfits AI*). Следовательно, можно утверждать, что сегодня нейросети вполне могут быть применимы практически в каждой сфере жизнедеятельности индивида и общества.

Рассмотрим типичную структуру нейронной сети, которая схематично представлена на рисунке 1 (см. Рис. 1). Каждый нейрон сети непосредственно взаимосвязан и коррелирует с нейронами предыдущего и последующего слоёв посредством определённых коэффициентов, которые известны как веса и смещения. Количество слоёв и нейронов в них не ограничено и зависит от поставленных целей создания, управления, обучения и последующего самообучения нейросети. Как видно из приведённой на рисунке схемы, нейронная сеть является нелинейной структурой, которая способна создавать огромное количество конфигураций и закономерностей, позволяющих моделировать желаемый для пользователя результат с заданной точностью [3], [4].

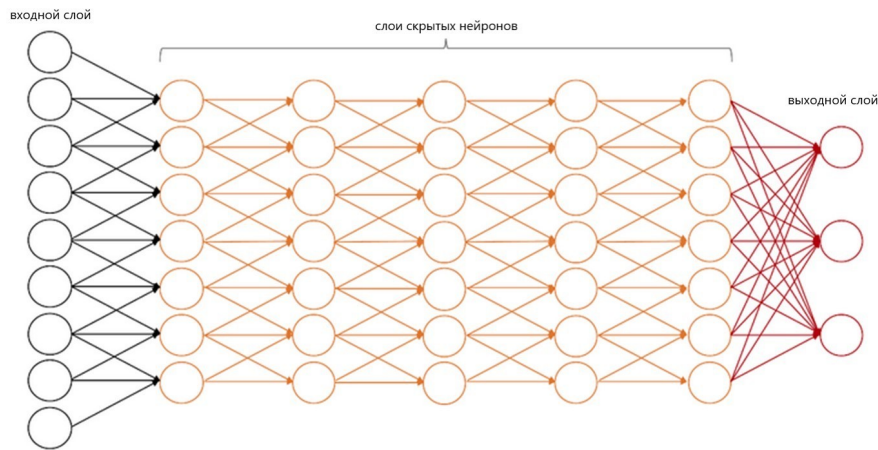


Рисунок 1 - Структура нейронов нейронной сети  
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.148.49.1>

*Примечание: по источнику [5]*

Типичная нейронная сеть (см. Рис. 1) работает по стандартизированному алгоритму, который можно схематично представить в виде этапов [6], [7]:

1. Постановка задачи и сбор исходных данных – в нейроны входного слоя поступает информация о детализированном пользовательском запросе, которая затем разбивается на отдельные ключевые параметры и кластеры.

2. Анализ данных – через слои нейронов происходит «транслирование» входной информации, её анализ, результаты которого затем передаются от слоя к слою, каждый из которых характеризуется своими определёнными коэффициентами (весами и смещениями). Каждый из нейронов скрытого слоя передаёт другому нейрону вычисленную промежуточную информацию, которая затем обрабатывается и полученный результат передаётся дальше. Скрытые слои нейронов являются промежуточными элементами, в рамках которых происходит вычисление и передача информации. Таким образом, происходит передача от нейрона к нейрону, от слоя к слою, до тех пор, пока не будет получена искомая информация.

3. Получение и вывод готового результата работы сети – нейроны выходного слоя выводят пользователю готовый результата согласно входному запросу. Если результат не устраивает пользователя, то необходимо провести коррекцию входных параметров и запустить процесс снова. Таким образом, по мере итерации будут меняться коэффициенты нейронов, а сеть будет обучаться для получения наиболее точного результата, удовлетворяющего входному запросу.

Учитывая нелинейность структуры нейросети, закрытость и неопределённость структуры её внутренних слоёв скрытых нейронов, она не может дать абсолютно точный и единственно верный вариант, но она может выдать несколько вероятных вариантов, наиболее «близких» к искомому результату.

Рассмотрим, как нейросети могут применяться в рекламной и маркетинговой сфере для генерации рекламных текстов и продвижения товара/услуги на рынке. Нейронные сети, обладающие мощным инструментарием, способным генерировать оригинальные тексты требуемой структуры и сложности, визуализировать любые образы, заданные текстовым форматом, становятся всё более частым явлением в компаниях как зарубежной, так и отечественной рекламной индустрии. В качестве примеров брендов [8], [9], которые начали внедрять в свою работу и рекламную кампанию средства ИИ и нейросетей, можно привести бренд йогуртов Epica, визуальный контент социальных сетей которого был полностью сгенерирован нейросетями DALL-E 2, Midjourney и Mubert; баннеры для сайта компании Спортмастер улучшаются средствами и инструментами ИИ; «fashion-съёмка» для главной страницы интернет-магазина Lamoda также была сгенерирована ИИ; бренд «М.Видео» пошёл дальше и при помощи средств 3D-моделирования создал фотореалистичного виртуального амбассадора по имени Эм.Ви, который не только появляется в рекламной кампании, но и участвует в интервью и стримах. И действительно, популярность нейросетей объясняется удобством и эффективностью работы с ними: ИИ способен создать слоган и нарисовать к нему визуальное оформление менее чем за минуту.

Протестируем функционал и возможности нейросетей, находящиеся в свободном доступе, для создания рекламной продукции – текстовой и визуальной составляющей для, например, товарного бренда Sheba, а затем сравним получившийся результат с примерами из реальной рекламной кампании.

Текстовый слоган был сгенерирован чат-ботом нейросети ChatGPT4.Midjourney, визуальную составляющую мы создали при помощи приложения Шедеврум и бота Kadinsky generative art.

На запрос «*Напиши рекламный слоган для рекламы кошачьего корма Sheba*» чат-бот ChatGPT4.Midjourney выдал несколько вариантов рекламных слоганов (*Прим.: все полученные результаты приведены в оригинале без каких-либо изменений*) (См. Табл. 1).

Таблица 1 - Результат работы чат-бота нейросети ChatGPT4.Midjourney

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.148.49.2>

Тип слогана	Пример слогана
Короткие и запоминающиеся:	Sheba: Вкус, который любят кошки
	Sheba: Идеальный вкус для вашего любимца
	Sheba: Подарите своему коту королевский обед
	Sheba: Любовь с первого укуса
Эмоциональные:	Sheba: Потому что ваш кот заслуживает лучшего
	Sheba: Побалуйте своего питомца вкусом, который он обожает
	Sheba: Сделайте каждый день особенным для вашего кота
	Sheba: Вкус, который сделает вашего кота счастливым
Оригинальные:	Sheba: Не просто корм, а праздник для ваших чувств
	Sheba: Открывайте мир вкуса вместе с вашим котом
	Sheba: Каждый кусочек – это шедевр
	Sheba: Не отказывайте своему коту в удовольствии

На рисунке 2 (см. Рис. 2) и рисунке 3 (См. Рис. 3) представлен результат работы ИИ нейросетей Шедеврум и Kadinsky соответственно для генерации визуальной составляющей по запросу «Нарисуй постер для рекламы кошачьего корма Sheba»



Рисунок 2 - Результат работы приложения нейросети Шедеврум  
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.148.49.3>



Рисунок 3 - Результат работы чат-бота нейросети Kadinsky generative art  
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.148.49.4>

На рисунке 4 (См. Рис. 4) представлены примеры специально разработанной реальной рекламной кампании Sheba, которая благодаря своим продуктам дарит ещё одну возможность для хозяев сблизиться с их питомцами-кошками, что отражается в рекламных сообщениях, создаваемых при использовании нестандартного и креативного подхода к рекламингу [10].

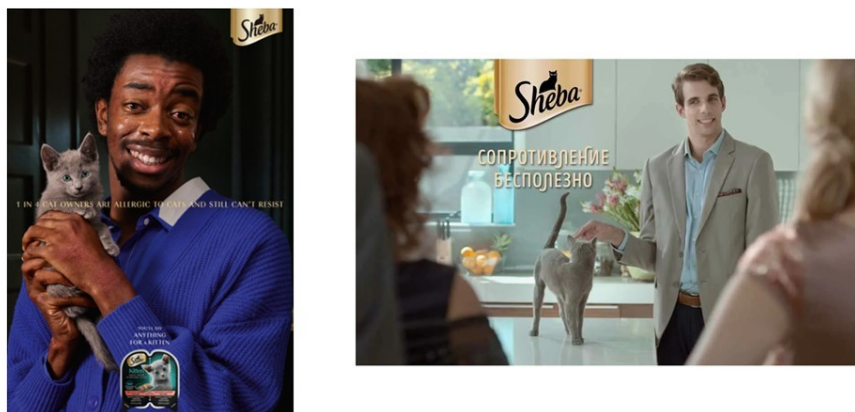


Рисунок 4 - Реклама, созданная без применения ИИ и нейросетей  
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.148.49.5>

Сравним результаты работы ИИ (См. Табл. 1, См. Рис. 2, 3) и творческой команды по разработке и продвижению рекламной кампании Sheba (См. Рис. 4). Так, ИИ, благодаря своему мощному инструментарию по анализу, обработке и компиляции больших объёмов данных, успешно справился с созданием оригинального слогана (См. Табл. 1), который вполне может быть использован в рекламной кампании – предложенные нейросетью варианты делают акцент на вкусе рекламируемого корма, на возможности порадовать любимого питомца, сделать каждый его день особенным и полным новыми вкусами и эмоциями, иными словами, слоганы создают образ счастливого питомца, что, несомненно, радует и его владельца. Если же говорить о визуальном образе (См. Рис. 2, 3), то ИИ на заданный запрос выдает схожие варианты – изображение кошки/кота и миски с кормом или изображение баночки/пакета с кормом, на котором приведено название корма и изображение самого питомца. Тут следует отметить, что нейросети, специализирующиеся исключительно на генерации изображений и находящиеся в свободном доступе, не полностью справляются с процессом визуально-вербальной комбинации разнообразных образов: текстовая составляющая на изображении приводится с ошибками и в большинстве случаев текст даже не читаем, кроме того, если обратить внимание на детализацию отдельных визуальных элементов изображения, созданного ИИ, то можно заметить как небольшие, так и значительные искажения привычных образов, что затрудняет восприятие общей картины, отвлекая индивида на изучение этих нетипичных «несовершенств» знакомого образа.

«Цепляющие» слоганы и образы были придуманы и командой разработчиков (См. Рис. 4), например, *Sheba: 1 in 4 cat owners are allergic to cats and still can't resist* или *Sheba: Сопротивление бесполезно*, которые подкреплены грамотной подобранной визуальной компонентой. Так, для первого слогана *Sheba: 1 in 4 cat owners are allergic to cats and still can't resist* была выбрана фотография маленького беззащитного котенка на руках мужчины с явными симптомами аллергии, на что указывают его красные и слезящиеся глаза. Тем не менее, несмотря на испытываемые мужчиной страдания, он счастлив, что может позаботиться о своём любимом домашнем питомце. Вербальная компонента рекламы *Sheba: Сопротивление бесполезно* сочетается с визуальным образом, формируемым изображением мужчины, влюблёнными глазами смотрящего на изящную кошку и не взирающего на компанию девушек, внешний вид которых показывает недовольство таким выбором мужчины. Подобная компоновка дихотомии вербальное/невербальное позволяет создать целостный образ, показывающий, что бренд Sheba сделает всё возможное, чтобы кошки и их владельцы проводили больше времени вместе, наслаждаясь общением друг с другом.

### Заключение

Таким образом, несмотря на то, что результат работы нейросетей ИИ является оригинальным, его сложно назвать креативным творчеством, так как выведенный нейронами сети результат – это работа, выполненная путём анализа, обработки и компиляции большого количества схожих и подобных работ из свободных источников. ИИ на данном этапе своего развития не может участвовать в реализации самостоятельного творческого процесса, как это делает человек, выражая посредством своей креативной деятельности свои эмоции, чувства, жизненную позицию, отношение к действительности и т.п. [11]. Тем не менее, ИИ и его нейросети уже можно привлекать к участию в командной работе и взаимодействии с людьми. Алгоритмы машинных систем ИИ и их инструментарий позволят оптимизировать и автоматизировать различные процессы при создании текстов для рекламной кампании продукта/услуги и их дальнейшем распространении, например, при грамотно заданном запросе нейросети смогут гораздо быстрее и эффективнее проанализировать состояние рынка и найти его слабые и сильные точки, на которые можно воздействовать с получением наибольшего результата, а затем предложат возможные варианты действия для достижения данной цели, тем самым освободив работников компании от монотонной и длительной работы, открыв ему простор для творчества на основе информации, полученной от нейросети. Таким образом, нейросети ИИ могут стать важным и удобным «подспорьем» и помощником человеку, а симбиоз и гибридная командная деятельность человека и технологий станут залогом будущей эффективной и креативной работы.



**Конфликт интересов**

Не указан.

**Рецензия**

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

**Conflict of Interest**

None declared.

**Review**

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

**Список литературы / References**

1. Анненкова А.В. Искусственный интеллект: некоторые особенности внедрения в систему образования в условиях цифровизации общества и экономики / А.В. Анненкова // Международный научно-исследовательский журнал. — 2023. — № 9 (135). — DOI: 10.23670/IRJ.2023.135.33.
2. Солнцева О.Г. Аспекты применения технологий искусственного интеллекта / О.Г. Солнцева // E-Management. — 2018. — № 1. — С. 43–51.
3. Макаров Д. Основы нейронных сетей / Д. Макаров // Машинное обучение. — 2021. — URL: <https://www.dmitrymakarov.ru/intro/neural-21/> (дата обращения: 23.09.2024)
4. Takyar A. Neural networks: Architecture, types, working, applications, case studies, development and implementation / A. Takyar. — 2023. — URL: <https://www.leewayhertz.com/what-are-neural-networks/> (accessed: 23.09.2024).
5. Ефремова Н. Нейронные сети: практическое применение / Н. Ефремова // Хабр. — 2017. — URL: <https://habr.com/ru/articles/322392/> (дата обращения: 23.09.2024)
6. Marcus R. Plan-Structured Deep Neural Network Models for Query Performance Prediction / R. Marcus, O. Paraemmanouil // Proceedings of the VLDB Endowment. — 2019. — № 12 (11). — P. 1733–1746. — DOI: DOI:10.14778/3342263.3342646.
7. Панарин В.М. Нейроны в нейронных сетях / В.М. Панарин, К.В. Гришаков, А.А. Маслова [и др.] // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. — 2023. — № 2. — С. 438–443.
8. Кравец А. Искусственный интеллект в рекламе: кейсы российских компаний и обзор 4 полезных нейросетей / А. Кравец // Unisender. — 2024. — URL: <https://www.unisender.com/ru/blog/iskusstvennyj-intellekt-v-reklame-kak-ispolzovat/?ysclid=m1fc8dgole931247204> (дата обращения: 24.09.2024)
9. Белокобыльская А. Большие бренды и нейросети: 5 рекламных кампаний, сгенерированных Midjourney / А. Белокобыльская // SkillboxMedia. — 2023. — URL: <https://skillbox.ru/media/design/midjourney-in-the-world/?ysclid=m1fc3wlyeq813962775> (дата обращения: 24.09.2024)
10. Новая кампания для Sheba — еще один повод порадовать своих домашних питомцев // AllAdvertising. — 2019. — URL: [https://www.alladvertising.ru/pr/sheba\\_thriller.html?ysclid=m1hz9yly7k686832432](https://www.alladvertising.ru/pr/sheba_thriller.html?ysclid=m1hz9yly7k686832432) (дата обращения: 24.09.2024)
11. Карпова Ю. (Не) конкурент: в чем нейросеть уступает человеку, а в чем нет / Ю. Карпова // РБК. — 2020. — URL: <https://style.rbc.ru/life/5f634aa19a7947f640783b06?ysclid=m1gj8v2gk6577168701> (дата обращения: 25.09.2024)

**Список литературы на английском языке / References in English**

1. Annenkova A.V. Iskusstvennyj intellekt: nekotorye osobennosti vnedrenija v sistemu obrazovanija v uslovijah tsifrovizatsii obschestva i ekonomiki [Artificial intelligence: some specifics of implementation in the education system in the context of digitalization of society and economy] / A.V. Annenkova // Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal [International Research Journal]. — 2023. — № 9 (135). — DOI: 10.23670/IRJ.2023.135.33. [in Russian]
2. Solntseva O.G. Aspekty primenenija tehnologij iskusstvennogo intellekta [Aspects of the use of artificial intelligence technologies] / O.G. Solntseva // E-Management. — 2018. — № 1. — P. 43–51. [in Russian]
3. Makarov D. Osnovy nejronnyh setej [Fundamentals of neural networks] / D. Makarov // Mashinnoe obuchenie [Machine learning]. — 2021. — URL: <https://www.dmitrymakarov.ru/intro/neural-21/> (accessed: 23.09.2024) [in Russian]
4. Takyar A. Neural networks: Architecture, types, working, applications, case studies, development and implementation / A. Takyar. — 2023. — URL: <https://www.leewayhertz.com/what-are-neural-networks/> (accessed: 23.09.2024).
5. Efremova N. Nejrionnye seti: prakticheskoe primenenie [Neural networks: practical application] / N. Efremova // Habr. — 2017. — URL: <https://habr.com/ru/articles/322392/> (accessed: 23.09.2024) [in Russian]
6. Marcus R. Plan-Structured Deep Neural Network Models for Query Performance Prediction / R. Marcus, O. Paraemmanouil // Proceedings of the VLDB Endowment. — 2019. — № 12 (11). — P. 1733–1746. — DOI: DOI:10.14778/3342263.3342646.
7. Panarin V.M. Nejriony v nejronnyh setjah [Neurons in neural networks] / V.M. Panarin, K.V. Grishakov, A.A. Maslova [et al.] // Izvestija Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Tehnicheskie nauki [Izvestiya Tula State University. Technical sciences]. — 2023. — № 2. — P. 438–443. [in Russian]
8. Kravets A. Iskusstvennyj intellekt v reklame: kejsy rossijskih kompanij i obzor 4 poleznyh nejrosetej [Artificial intelligence in advertising: cases of Russian companies and an overview of 4 useful neural networks] / A. Kravets // Unisender. — 2024. — URL: <https://www.unisender.com/ru/blog/iskusstvennyj-intellekt-v-reklame-kak-ispolzovat/?ysclid=m1fc8dgole931247204> (accessed: 24.09.2024) [in Russian]
9. Belokobyl'skaja A. Bol'shie brendy i nejroseti: 5 reklamnyh kampanij, sgenerirovannyh Midjourney [Big Brands and neural networks: 5 advertising campaigns generated by Midjourney] / A. Belokobyl'skaja // SkillboxMedia. — 2023. — URL: <https://skillbox.ru/media/design/midjourney-in-the-world/?ysclid=m1fc3wlyeq813962775> (accessed: 24.09.2024) [in Russian]

10. Novaja kampanija dlja Sheba — esche odin povod poradovat' svoih domashnih pitomtsev [The new campaign for Sheba is another reason to please your pets] // AllAdvertising. — 2019. — URL: [https://www.alladvertising.ru/pr/sheba\\_thriller.html?ysclid=m1hz9ylx7k686832432](https://www.alladvertising.ru/pr/sheba_thriller.html?ysclid=m1hz9ylx7k686832432) (accessed: 24.09.2024) [in Russian]
11. Karpova Ju. (Ne) konkurent: v chem nejroset' ustupaet cheloveku, a v chem net [(Not) a competitor: what is the neural network inferior to a human, and what is not] / Ju. Karpova // RBC. — 2020. — URL: <https://style.rbc.ru/life/5f634aa19a7947f640783b06?ysclid=m1gj8v2gk6577168701> (accessed: 25.09.2024) [in Russian]