

## СЦЕНІЧНЕ МИСТЕЦТВО

УДК 792:004.8

**Цитування:**

Ардельян Л. М. Акторське мистецтво як ефективний інструмент в популяризації творчого проєкту в умовах активного розвитку штучного інтелекту. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 4. С. 434–439.

*Ардельян Людмила Миколаївна,*  
доцент кафедри сценічного мистецтва  
і культури Київського національного  
університету технологій і дизайну,  
заслужена артистка України  
<https://orcid.org/0009-0003-1008-9918>  
[ardelian.lm@knuutd.edu.ua](mailto:ardelian.lm@knuutd.edu.ua)

Ardelian L. (2024). Acting as an Effective Tool for Popularisation of Artistic Projects in the Era of Rapid Development of Artificial Intelligence. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 4, 434–439 [in Ukrainian].

### АКТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ В ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ В УМОВАХ АКТИВНОГО РОЗВИТУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

**Мета статті** – з'ясувати важливість акторської майстерності для популяризації творчого проєкту зокрема із залученням соціальних мереж у період активного розвитку штучного інтелекту (далі ШІ), який часто засоби масової інформації та спеціалісти цієї галузі називаються вибуховим. **Методологія дослідження.** Основними методами були: аналітика, систематизація та узагальнення, а також при вивченні можливостей ШІ – експериментальний метод. **Наукова новизна** полягає в тому, що в статті представлено не тільки огляд актуальних досліджень із тематики, а й практично було перевірено низку новітніх можливостей ШІ, зокрема: автоматичний дубляж, генерація відеоконтенту по фото й опису, також розглянуто тему створення аватарів на основі фото, цифровізація зовнішності і голосу актора, що несе в собі як позитивні моменти, так і певні загрози. **Висновки.** Акторська майстерність є важливою складовою для популяризації творчого проєкту від етапу залучення інвесторів, донорів та спонсорів до презентації власне готового творчого проєкту. З одного боку, штучний інтелект може допомогти із покращенням якості матеріалів, генерацією необхідних візуальних і звукових ефектів або їх референсів, перекладом на різні мови голосом актора навіть із ліпсингом (синхронізацією руху губ відповідно до звукової доріжки), використанням цифрових копій зовнішності та голосу, що значно полегшує і покращує якість спецефектів. Але, з іншого боку, він несе загрозу насамперед порушення авторських прав, прав людини і породження якісних фейків, цілі яких можуть бути різними.

**Ключові слова:** акторське мистецтво, творчий проєкт, соціальні мережі, маркетинг, дипфейк (deepfake), штучний інтелект, дубляж.

*Ardelian Liudmyla, Associate Professor, Department of Performing Arts and Culture, Institute of Culture and Creative Industries, Kyiv National University of Technologies and Design*

#### **Acting as an Effective Tool for Popularisation of Artistic Projects in the Era of Rapid Development of Artificial Intelligence**

**The purpose of the study** is to explore the role of acting in the promotion of artistic projects, in particular through social media, in the context of rapid development of artificial intelligence (AI), which has been characterised as “explosive” by the media and experts in this field. **Research methodology.** The main methods used were analysis, systematisation and generalisation, as well as the experimental approaches to studying the AI’s capabilities. **The scientific novelty** is that the article not only reviews existing research on the topic, but also introduces a number of the latest AI features such as automatic dubbing, photo-based and description-based video content generation, avatar creation based on photos, digital replication of actor's appearance and voice. These innovations have both positive aspects and some challenges. **Conclusions.** Acting plays an important role in the popularisation of artistic project, from attracting investors, donors and sponsors to the presentation of the finished artistic project. On the one hand, artificial intelligence may help to improve the content quality, generate the necessary visual and sound effects or their references, provide translation into different languages using an actor's voice, including lip sync (lip movement synchronisation with the soundtrack), and use digital copies of appearance and voice, all of which streamline production and improve the quality of special effects.

On the other hand, AI also poses significant risk, such as copyright infringement, violation of human rights, and the creation of high-quality deepfakes that can be used for various purposes.

**Keywords:** acting, artistic project, social media, marketing, deepfake, artificial intelligence, dubbing

Актуальність теми дослідження. В епоху вибухового розвитку штучного інтелекту, який охоплює все більше різноманітних галузей повсякденного життя, творчості та науки, очевидно, постає питання, а що ця хвиля несе? Як вона змінить звичний для нас світ? Які метаморфози відбудуться у звичних для нас речах і діях? Яке місце буде займати та чи інша професія? І взагалі, яке місце буде відводитися людині?

На жаль, зараз ми можемо тільки здогадуватися, якими будуть відповіді на ці питання в недалекому майбутньому. З урахуванням навіть вказаного вище актуальність теми стає очевидною.

Метою статті є з'ясувати важливість акторської майстерності для популяризації творчого проекту, зокрема із залученням соціальних мереж у період активного розвитку штучного інтелекту (далі ШІ), який часто засоби масової інформації та спеціалісти цієї галузі називаються вибуховим.

Аналіз досліджень і публікацій. У сучасному світі соціальні мережі вже стали невід'ємною частиною як повсякденного, так і ділового життя. Завдяки територіальній необмеженості учасників онлайн-груп мережі стали можливістю, зокрема, розширити ідею «сарафанного радіо», що дозволяє із відносно малими затратами популяризувати творчі проекти та ідеї, навколо яких автоматично утворюються спільноти однодумців та опонентів, які своєю чергою роблять свій вклад у просуванні, використовуючи різні способи – від простих обговорень у коментарях до оглядів та рецензій у різних формах. Тобто маємо каскадний ефект, який при мінімальних затратах дозволяє охопити більше потенційних учасників проектів, спонсорів та меценатів чи донорів, розширити спільноту проекту новими учасниками. У джерелах [6; 7; 10] наведено статистичні відомості щодо ефективності просування проекту, а також наведені приклади стратегій, які застосовували компанії. Використання акторського мистецтва залучають для різних за своїм змістом проектів: навчальних, розважальних, ігрових, інформаційних, рекламних, популяризаторських, незалежних проектів тощо [2; 6; 7; 10].

Одним зі способів покращити, пришвидшити та здешевити процес популяризації проекту є використання штучного інтелекту. У цій статті ми розглядаємо найновіші на час написання

статті новітні продукти (з можливістю безкоштовного повного або демонстраційного використання), тому інформацію беремо з офіційних джерел компаній [1; 3–5; 8; 9] і їх демонстраційних матеріалів [11].

Виклад основного матеріалу. Оскільки соціальні мережі переповнені різноманітним контентом, це створює можливість того, що творчий проект може бути непоміченим. Зараз є популярною думка, що час захоплення глядача скорочується до 15 секунд, тобто, якщо за цей час ми не змогли зацікавити глядача, то ми його «втратили» (особливо це стосується коротких роликів на Youtube, TikTok, Instagram тощо). Відомі дослідження в галузі психології говорять про те, що людське обличчя – це те, на що ми звертаємо увагу передусім, а тому залучення акторів та використання акторського мистецтва до просування проекту є надзвичайно ефективним способом, щоб встигнути за короткий проміжок часу захопити увагу, звісно, при якісному контенті. Адже акторське мистецтво включає в себе не лише вміння відтворювати ролі, а й здатність спілкуватися з глядачем через виразність, емоційну глибину, провокування його до переживань і, можливо, переосмислень. Ці якості можуть бути використані для створення вражаючого і якісного контенту, що приверне увагу та залучить аудиторію до творчого проекту і допоможе без зайвих затрат створити спільноту.

Оскільки ми говоримо про соціальні мережі як відносно дешевий засіб популяризації творчого проекту, то лідируючим видом є сам відеоконтент – це різні за тривалістю відеоролики з акторською грою за певним сценарієм, різні за формою прямі ефіри за участю акторів, різні форми обговорення та рецензій, зокрема огляди та подкасти. Використання такого медіаконтенту дозволяють акторові стати більш медійною особистістю, а також в окремих випадках стати обличчям проекту.

При підготовці відеоконтенту неодмінно виникає питання щодо створення сценарію, його підготовки, обробки матеріалів. Тут на допомогу приходять штучний інтелект, який дозволяє значно здешевити і пришвидшити процес підготовки і випуску. Хоч він і вражає своїми можливостями, але все ще не досконалий, та й несе додаткові загрози, а саме: проблема дипфейків, а також порушення авторського права і прав людини.



а)



б)



в)



г)



д)



е)



є)



ж)

Рис. 1. Результати генерації відео за описом в Vidu з посиланням на демонстраційні матеріали у вигляді QR коду

Перейдемо до огляду ШІ. При створенні інформаційного контенту з одним спікером можна створити свого віртуального аватара на основі фото чи відео, а також короткотривалої

аудіодоріжки (рис. 1). Які плюси в цьому? По-перше, ваш віртуальний аватар буде говорити максимально наближеними до вашого голосу і навіть вловлювати вашу манеру говоріння.

По-друге, ви можете надати йому текст на різних мовах і навіть діалектах. По-третє, в аватарах зараз доступна функція ліпсинг (синхронізація руху губ із голосовою доріжкою), що дозволяє вам робити відео доволі правдоподібним. По-четверте, ви можете в одному кадрі поєднати декількох аватарів. Також можете налаштувати ваші віртуальні джерела світла, щоб воно максимально відповідало середовищу, яке відображено на задньому та передньому плані. Серед недоліків можна виділити те, що аватар буде рухатися як диктор, прямо дивлячись в камеру. А у випадку, коли ви поєднаєте декілька аватарів в одному кадрі, то їх сумісний діалог буде мати дивний вигляд, адже вони продовжуватимуть дивитися в камеру. Також виникає питання щодо використання ваших цифрових копій голосу й частини зовнішності, хто і як, і для чого може це використати. Навіть читання умов, де гарантують, що ваші дані не будуть використані ніде інакше, не зовсім гарантує те, що ці умови не зміняться в майбутньому і вони не потраплять в сток без ваших прав на них. Схожа проблема виникає із ситуацією, коли зараз збирають у стоки оцифровані зовнішності й голоси акторів, при цьому за малу плату передають усі права компаніям. І це є проблемою для акторів в майбутньому, адже використати готові цифрові копії значно дешевше, ніж залучати самого актора. Звісно, коли ми говоримо про серйозне кіновиробництво, де потрібно створювати спецефекти різного роду, а зараз практично без цього не обійтися, то в такій ситуації актори не передають свої права, але тимчасово й на конкретний проєкт дозволяють користуватися своїми цифровими копіями.

Для створення лого, генерації заставок, відеофрагменту зараз використовують різні генеративні мережі. Найбільш цікавими та передовими є Sora [8], Kling AI [5], щоб це зрозуміти достатньо переглянути демонстраційні ролики на їх офіційних сайтах. Поки для масового та безкоштовного використання Kling AI 1.5 недоступний, тож протестувати його не вдалося, натомість попередня версія Kling AI 1.0 вже доступна для користування з будь-якої точки планети (до цього було обмеження виключно на територію Китаю). Відзначимо, що зараз генерація п'ятисекундного відео в Kling AI 1.0 є тривалою, деякі фрагменти генеруються до майже двох діб. Це пояснюється, зокрема, тим, що після відкриття доступу всім охочим, збільшилося навантаження на сервер.

Нещодавно й, наскільки нам відомо, першою доступною для широкого кола користувачів компанія Vidu [9] презентувала революційну можливість: при завантаженні фото відбувається розпізнавання персонажів на фото, і далі цих персонажів можна використовувати у відеогенерації на основі опису. На рис. 1 наведено фото (а), приклади скриншотів генерації (б – є) і QR код із посиланням на наші демонстраційні матеріали (ж) [11]. Ми спеціально відібрали саме таке портретне фото, щоб ускладнити завдання нейронній мережі, адже їй потрібно було відновити симетрію тіла, домалювати все інше тіло, додати йому динаміки й перетворень відповідно до опису, із чим вона переважно, на нашу думку, успішно впоралася.

Наступною про схожу функцію заявила вже згадувана раніше Kling AI. Слід зазначити, що час на генерацію в Kling AI 1.0 зайняло більше двох діб, натомість у Vidu тривалість генерації не перевищувала пів години.

Для забезпечення просування продукту на міжнародній арені важливою є локалізація, на крайній випадок, переклад. Про цю можливість ми писали, коли згадували про віртуальних аватарів і про їх недоліки. У ситуації, коли є вже готове відео, для того щоб охопити більшу аудиторію, бажано його перекласти або дублювати. Якщо зі створенням субтитрів і їх перекладом вже достатньо якісно і давно працює ШІ, то от із дубляжем це новинка, яку активно зараз намагаються впровадити різні компанії. Ми розглянемо два приклади, це Dubbing від ElevenLabs [1] та VideoTranslation HeyGen [4], радимо переглянути порівняння автоматичного дубляжу з оригіналом в нашому YouTube-плейлісті демонстраційних матеріалів [11]. VideoTranslation намагаються додати ліпсинг, тобто дорисовування додаткових кадрів і зміну рухів губ персонажів, відповідно до їх звукових доріжок, але, на жаль, не завжди це спрацьовує якісно, що помітно на порівнянні. Натомість Dubbing намагається максимально перенести тембр і манеру спілкування саме персонажа, а не з опрацьованої стокової бази схожих голосів, і це вони доволі якісно роблять. Для експерименту ми обрали офіційний трейлер фільму «Джокер 2», адже він містить багато моментів, які ускладнюють роботу автоматичному дублюванню, а саме: рівень шумів практично на рівні голосу акторів, присутня музика і спів, різний тембр акторів. Найслабкішим місцем для обох продуктів виявилася пісня, хоча це все ж таки велике досягнення. Раніше схожі автоматичні дубляжі

відбувалися за схемою: створення субтитрів, переклад, озвучування перекладених субтитрів схожими темброво голосами зі stokів, що часто призводило до втрати інтонацій і особливостей подачі. Представлені продукти намагаються зберегти інтонації, тембр персонажа. На наш погляд, поки найкращим є Dubbing від ElevenLabs, але з урахуванням значної динаміки розвитку ШІ складно сказати, як довго він протримається в лідерах. Найбільш цікавою є ідея поєднання ліпсингу, вдала реалізація якого дозволить передавати максимально точно переклад тексту оригіналу без необхідності перезйомок, що значно спростить переклад і локалізацію. Але тут одразу стає очевидною певна загроза для роботи акторів дубляжу і локалізаторів, адже мінімальні затрати для автоматичного дублювання призводитимуть до того, що економічна вигідність буде схилити вибір в сторону нього.

Тож що нас чекатиме і які горизонти відкриває разом із загрозами цей вибуховий розвиток ШІ? Про це ми дізнаємось з часом, але вже певні тенденції дозволяють припускати обриси майбутнього.

Наукова новизна статті полягає в тому, що в ній представлено не тільки огляд актуальних досліджень із тематики, а й практично було перевірено низку новітніх можливостей ШІ, зокрема: автоматичний дубляж, генерації відеоконтенту по фото й опису, також розглянуто тему створення аватарів на основі фото, цифровізація зовнішності і голосу актора, що містить у собі як позитивні моменти, так і певні загрози.

Висновки. У цій статті ми зупинилися на більш загальних описах щодо важливості акторської майстерності в популяризації творчого проєкту, зокрема з використанням соціальних мереж, адже це складний взаємопов'язаний процес, який включає в себе багато складових: це і менеджмент як самого проєкту, так і його популяризації, це й продюсування, і соціологічні дослідження (визначення основної аудиторії, соціальних груп потенційних учасників спільноти, груп потенційних опонентів реалізації), це й статистичні дослідження, й управління персоналом, та ще багато інших важливих аспектів, які визначають, якими засобами, способами, рішеннями буде все це реалізовано. Для кращого розуміння взаємозв'язків радимо ознайомитися зі статтями, які представлені в списку використаних джерел.

Також ми розглянули важливі досягнення в галузі штучного інтелекту, які безкоштовно,

хоча й обмежено, доступні практично кожному, що дозволяють спростити, покращити та оптимізувати важливі процеси створення медіаконтенту, його поширення на міжнародній арені. А також звернули увагу на потенційні загрози, які він несе зараз і в найближчому майбутньому. Тож ШІ – це інструмент, і як ним користуватися, вирішувати кожному.

Акторське мистецтво є потужним інструментом, і ми впевнено можемо стверджувати, що наразі ШІ не може зрівнятися з людиною в цьому плані, проте може допомогти в завданнях створення медіаконтенту.

### Література

1. AI Voice Generator & Text to Speech. Офіційний сайт ElevenLabs. URL: <https://elevenlabs.io/> (дата звернення: 09.10.2024).
2. Dr N. Raja. (2023) Social Media Creative Technology in Media Education. Knowledgeable Research: A Multidisciplinary Journal. Vol. 1, no. 5. P. 8–13. DOI: <https://doi.org/10.57067/pprt.2022.1.05.8-13>.
3. Free Online AI Photo and Video Editing Tools. Офіційний сайт Hitpaw. URL: <https://online.hitpaw.com/> (дата звернення: 09.10.2024).
4. HeyGen - AI Spokesperson Video Creator. Офіційний сайт HeyGen. URL: <https://app.heygen.com/> (дата звернення: 09.10.2024).
5. KLING AI. Офіційний сайт KLING AI. URL: <https://klingai.com/> (дата звернення 10.10.2024).
6. Leopold H. (2019) Social media and corporate innovation management—Eight rules to form an innovative organisation. e & i Elektrotechnik und Informationstechnik. Vol. 136, no. 3. P. 241–253. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00502-019-0729-5>.
7. Liu E., Li Y. (2023) Research on the implantation and dissemination strategy of short creative advertising videos in the new media era. International Journal of Communication Networks and Information Security (IJCNIS). Vol. 15, no. 1. P. 146–161. DOI: <https://doi.org/10.17762/ijcnis.v15i1.5713>.
8. Sora: Creating video from text. Офіційний сайт Sora. URL: <https://openai.com/index/sora/> (дата звернення: 09.10.2024).
9. Vidu studio. Офіційний сайт Vidu. URL: <https://www.vidu.studio/> (дата звернення: 09.10.2024).
10. Wawrowski B., Otolia I. (2020) Social Media Marketing in Creative Industries: How to Use Social Media Marketing to Promote Computer Games?. Information. Vol. 11, no. 5. P. 242. DOI: <https://doi.org/10.3390/info11050242>.
11. Експерименти зі штучним інтелектом. Плейлист youtube каналу Людмила Ардельян. URL: [https://www.youtube.com/playlist?list=PLPMrax9Gg4JICQ-j\\_02AmKw7kpytAbS0A](https://www.youtube.com/playlist?list=PLPMrax9Gg4JICQ-j_02AmKw7kpytAbS0A) (дата звернення 09.10.2024).

*References*

1. AI Voice Generator & Text to Speech. (n.d.). Official ElevenLabs website. Retrieved from: <https://elevenlabs.io/> [in English].
2. Raja, N. (2023). Social Media Creative Technology in Media Education. Knowledgeable Research, 1 (5), 8–13. DOI: <https://doi.org/10.57067/prt.2022.1.05.8-13> [in English].
3. Free Online AI Photo and Video Editing Tools. (n.d.). Official Hitpaw website. Retrieved from: <https://online.hitpaw.com/> [in English].
4. HeyGen – AI Spokesperson Video Creator. (n.d.). Official website. Retrieved from: <https://app.heygen.com/> [in English].
5. KLING AI. (n.d.). Official website. Retrieved from: <https://klingai.com/> [in English].
6. Leopold, H. (2019). Social Media and Corporate Innovation Management—Eight Rules to Form an Innovative Organisation. e & i Elektrotechnik und Informationstechnik, 136 (3), 241–253. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00502-019-0729-5> [in English].
7. Liu, E., & Li, Y. (2023). Research on the Implantation and Dissemination Strategy of Short Creative Advertising Videos in the New Media Era. International Journal of Communication Networks and Information Security (IJCNIS), 15 (1), 146–161. URL: <https://doi.org/10.17762/ijcnis.v15i1.5713> [in English].
8. Sora: Creating Video from Text. (n.d.). Official website. Retrieved from: <https://openai.com/index/sora/> [in English].
9. Vidu studio. (n.d.). Official website. Retrieved from: <https://www.vidu.studio/> [in English].
10. Wawrowski, B., & Otola, I. (2020). Social Media Marketing in Creative Industries: How to Use Social Media Marketing to Promote Computer Games? Information, 11 (5). DOI: <https://doi.org/10.3390/info11050242> [in English].
11. Experiments with Artificial Intelligence. (n.d.). Playlist of Liudmila Ardelian's YouTube channel. Retrieved from: [https://www.youtube.com/playlist?list=PLPMrax9Gg4JICQ-j\\_02AmKw7kpytAbS0A](https://www.youtube.com/playlist?list=PLPMrax9Gg4JICQ-j_02AmKw7kpytAbS0A) [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 10.10.2024  
Отримано після доопрацювання 12.11.2024  
Прийнято до друку 19.11.2024*