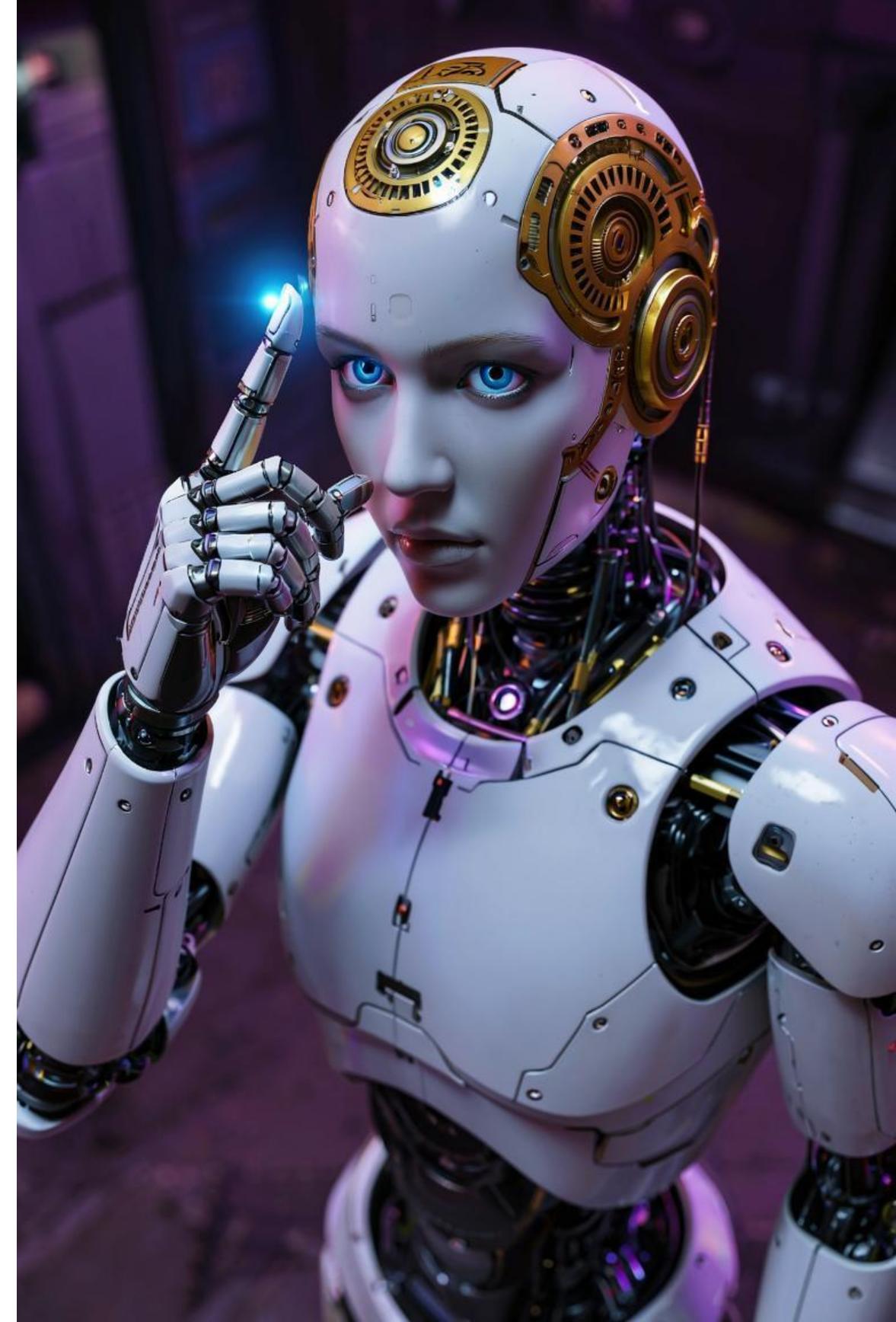


Генеративный искусственный интеллект в науке и образовании

Основные положения ГОСТ Р 71657-2024

А. В. Макурина

Главный библиотекарь НБО НТБ ОмГТУ



<input type="checkbox"/>	Название	Статус	Дата загрузки	Оригинальность	
<input type="checkbox"/>	.PDF		01 Ноя 2025 13:51	90,04%	<input type="button" value="ПОСМОТРЕТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ"/>
<input type="checkbox"/>	.PDF		01 Ноя 2025 13:51	99,18%	<input type="button" value="ПОСМОТРЕТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ"/>
<input type="checkbox"/>	.PDF		01 Ноя 2025 13:51	100%	<input type="button" value="ПОСМОТРЕТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ"/>
<input type="checkbox"/>	.PDF		01 Ноя 2025 13:51	94,96%	<input type="button" value="ПОСМОТРЕТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ"/>
<input type="checkbox"/>	.PDF		01 Ноя 2025 12:28	68,81%	<input type="button" value="ПОСМОТРЕТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ"/>
<input type="checkbox"/>	.PDF		01 Ноя 2025 12:28	36,67%	<input type="button" value="ПОСМОТРЕТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ"/>
<input type="checkbox"/>	.PDF		01 Ноя 2025 12:28	89,22%	<input type="button" value="ПОСМОТРЕТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ"/>

⚠ Внимание, документ подозрительный: в документе присутствует сгенерированный текст. [Подробнее](#)

Оригинальность 92,25%

Совпадения 7,75%

Цитирования 0%

Самоцитирования 0%

ИИ-контент 57,06%

↑ НАВЕРХ

1/5

В ДОКУМЕНТЕ

НА СТРАНИЦЕ

В документе обнаружена маскировка заимствований из следующих групп:

СГЕНЕРИРОВАННЫЙ ТЕКСТ

ИИ-контент 57.06%

РАСПЕЧАТАТЬ

ВЫГРУЗИТЬ

СОЗДАТЬ ССЫЛКУ

Аннотация: в статье рассматривается использование ай-трекинга для анализа эффективности рекламных плакатов. Основное внимание уделяется влиянию контраста и масштаба элементов на скорость распознавания сообщения. Описаны ключевые аспекты создания эффективного плаката, включая композицию, цветовую палитру и текст. Приведены примеры и рекомендации по оптимизации рекламных материалов.

Ключевые слова: Ай-трекинг, Дизайн плаката, Паттерны движения глаз.

Введение. Ай-трекинг - это технология, которая позволяет отслеживать движения глаз, точки фиксации взгляда и последовательность, с которой человек просматривает визуальные элементы. Она активно применяется в исследованиях рекламных плакатов, чтобы оценить эффективность их дизайна и ключевых сообщений. С помощью ай-трекинга можно выявить, какие элементы привлекают и удерживают внимание аудитории, а также выявить визуальные компоненты, которые могут отвлекать от основной информации. Особое внимание уделяется анализу путей и мест фиксации взгляда, что помогает оптимизировать размещение ключевых элементов, таких как слоганы, логотипы и изображения[1],[2].

Постановка проблемы. В данной статье исследуется проблема оптимизации дизайна рекламных плакатов с применением технологии ай-трекинга. Основная цель - проанализировать, как контрастность и масштаб элементов дизайна влияют на скорость восприятия сообщения и распределение внимания пользователя. Также рассматривается вопрос определения ключевых зон внимания на плакате, выбора цветовой палитры и текста для эффективного привлечения и удержания внимания аудитории.

Как контраст и масштаб влияют на восприятие информации в

↑ НАВЕРХ

4/5

В ДОКУМЕНТЕ

НА СТРАНИЦЕ

В документе обнаружена маскировка заимствований из следующих групп:

СГЕНЕРИРОВАННЫЙ ТЕКСТ

ИИ-контент 57.06%

Искусственный текст

На страницах:

1 2 4

РАСПЕЧАТАТЬ ОТЧЕТ

сообщениям; Учитывать культурные особенности при создании рекламы; Расставлять важную информацию в соответствии с F- или Z-паттерном[2].

Результаты исследования. Исследование показало, что резкие контрасты, крупные элементы и яркие цвета ускоряют восприятие информации и привлекают внимание. Правило третей и диаграммы Гутенберга помогают определить зоны для ключевой информации. Сочные и насыщенные цвета всегда привлекают внимание, в то время как приглушенные оттенки подчеркивают статус и качество товара. Четко прописанные крупные буквы и лаконичные, понятные фразы делают текст доступным для восприятия. Гармоничное сочетание изображений и слов усиливает убедительность рекламного сообщения. Исследования показали, что ключевые элементы рекламы - название компании, слоган и информация о скидках - должны быть размещены на видном месте. Чтобы реклама не отвлекала, важно правильно расставить все значимые элементы.

Выводы. Мы провели исследование и выяснили, что рекламные плакаты выглядят лучше и работают эффективнее, если использовать яркие контрасты, сделать их крупными, хорошо продумать расположение элементов, выбрать правильные цвета, написать понятный текст и учитывать особенности культуры. Специальные приборы, такие как ай-трекинг помогают понять, на что люди смотрят в плакате, что позволяет сделать его еще более привлекательным и

ГЛАВНАЯ / КАБИНЕТ / РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕРКИ

Оригинальность

100%

Совпадения

0%

Цитирования

0%

Самоцитирования

0%

ИИ-контент

0%

 Проверено: 61% текста документа, исключено из проверки: 39% текста документа. Некоторые разделы были исключены пользователем при загрузке документа.

ПОЛНЫЙ ОТЧЕТ

КРАТКИЙ ОТЧЕТ

ИСТОРИЯ ОТЧЕТОВ



РАСПЕЧАТАТЬ 



ВЫГРУЗИТЬ 



СОЗДАТЬ ССЫЛКУ 



4 из 4

ОРИГИНАЛЬНОСТЬ
100%

СОВПАДЕНИЯ
0%

ЦИТИРОВАНИЯ
0%

САМОЦИТИРОВАНИЯ
0%

Список литературы

1. Why Your Brand's Story Should Move, Literally: The Rise of Motion in Identity Systems. URL: https://altezzacreative.com/why-your-brands-story-should-move-literally-the-rise-of-motion-in-identity-systems/?utm_source=chatgpt.com (Дата обращения: 15.11.2025).
2. Захаревич А.А. Графический дизайн как средство визуальной коммуникации // СМИ (медиа) и массовые коммуникации. - Красноярск: 2016. - С. 737.
3. Добробабенко Н.С. Фирменный стиль: принципы разработки. М. : Инфра-М., 1999. 111 с.
4. Трофимов, А. Н. Фирменный стиль и корпоративный дизайн : учебник / А. Н. Трофимов. — Москва : КноРус, 2024.

ИСТОЧНИКИ (0)

ИСКЛЮЧЕННЫЕ ИСТОЧНИКИ (0)



ПЕРЕСЧИТАТЬ

Совпадения не обнаружены

Ни один источник в этих списках не существует!

Студенческие статьи в сб.конференции (ноябрь 2025)

Список литературы

1. Гаранина О. Д. Экологический дизайн в формировании комфортной городской среды // Academia. Архитектура и строительство. 2020. № 2. С. 98–104. В журнале нет статьи
2. Ермаков Д. С. Социальная реклама как инструмент формирования экологического сознания горожан // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2019. № 4. С. 112–130. В журнале нет статьи
3. Ковалева А. Н. Дизайн-проектирование : учеб. пособие. Москва : Юрайт, 2021. 245 с. Не найдено
4. Лунев А. О., Ильина В. К. Птицы в городе: проблемы и решения (санитарно-эпидемиологический аспект) // Гигиена и санитария. 2018. Т. 97, № 9. С. 843–848. В журнале нет статьи
5. Розенберг Г. С., Фридман В. И. Экологические проблемы крупных городов : моногр. Тольятти : Кассандра, 2019. 312 с. Не найдено. Возможно имеется в виду: Розенберг Г. С., Краснощеков Г. П., Сульдимиров Г. К. Экологические проблемы города Тольятти (территориальная комплексная схема охраны окружающей среды). Тольятти : Ин-т экологии Волжского бассейна, 1995. 222 с.
6. Сазонова К. В. Визуальная коммуникация в городском пространстве: семиотический подход // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27, № 2. С. 156–165. В журнале нет статьи
7. Фридман В. С., Валова О. В. Городские популяции птиц: экология, поведение, эволюция. М. : КМК, 2022. 450 с. Не найдено
8. Шимко В. Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование городской среды : учеб. М. : Архитектура-С, 2020. 385 с.
9. Ясвин В. А. Психология отношения к природе : учеб. пособие. СПб. : Питер, 2019. 288 с. Не найдено. Возможно, имеется в виду: Ясвин В. А. Психология отношения к природе. М. : Смысл, 2000. 456 с.
10. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 дек. 2001 № 195-ФЗ (ред. от 24.04.2024) : [принят Государственной Думой 20 дек. 2001 г. : одобрен Советом Федерации 26 дек. 2001 г.]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

Список литературы

1. Лебедев Д. Ю., Орлова М. Н. Тенденции в дизайне упаковки: как графические элементы влияют на восприятие бренда. Город : Изд., 2020. 312 с. Не найдено
2. Григорьева О. А., Соловьев И. П. Упаковка как средство коммуникации: визуальные аспекты взаимодействия с потребителем. Город : Изд., 2019. 256 с. Не найдено
3. Тихонов С. В., Федорова Е. А. Инновационные подходы к разработке упаковки для функциональных продуктов питания. Город : Изд., 2021. 224 с. Не найдено

Курсовая работа студентки 2-го курса

Список использованных источников

1. Беляев Н.Н. Управление человеческим капиталом на предприятиях. – СПб.: Питер, 2022. – 224 с.
2. Васильев А.А. Практика оценки и развития человеческого капитала. – СПб.: Питер, 2022. – 250 с.
3. Волков С.А. Методы анализа эффективности использования трудовых ресурсов. – М.: Экономика, 2021. – 240 с.
4. Григорьев П.П. Экономика труда и оценка эффективности персонала. – М.: КНОРУС, 2021. – 248 с.
5. Захарова И.В. Стратегическое управление трудовыми ресурсами. – М.: КНОРУС, 2023. – 260 с.
6. Иванов А.А. Управление человеческими ресурсами на современном предприятии. – М.: Экономика, 2021. – 256 с.
7. Ковалев М.М. Производительность труда и управление рабочим временем. – М.: Финансы и статистика, 2021. – 198 с.
8. Кузнецов Д.И. Организация труда и производительность персонала. – М.: Инфра-М, 2021. – 192 с.
9. Лебедев А.В. Планирование и оптимизация использования трудовых ресурсов. – М.: Инфра-М, 2021. – 196 с.
10. Михайлова С.С. Управление персоналом в условиях цифровизации. – СПб.: Питер, 2022. – 224 с.
11. Морозова Л.П. Эффективное управление трудовыми ресурсами. – М.: Финансы и статистика, 2022. – 236 с.
12. Никитина Е.Н. Человеческие ресурсы как фактор конкурентоспособности предприятия. – М.: Экономика, 2023. – 264 с.
13. Орлова А.А. Методы оценки и развития кадрового потенциала. – СПб.: Питер, 2021. – 210 с.

Выпускная квалификационная работа

26. Смирнова, Т. И. Качество услуг как фактор конкурентоспособности: теоретические аспекты и практика / Т. И. Смирнова // Научный вестник. – 2023. – Т. 12, № 2. – С. 112–119. – DOI: 10.24411/2587-1234-2023-10002.
27. Смирнов, В. И. Анализ конкурентоспособности в условиях глобализации / В. И. Смирнов // Международный журнал экономики. – 2020. – № 3. – С. 23–34.
28. Федоров, А. И. Управление конкурентоспособностью: теоретические и практические аспекты / А. И. Федоров. – Москва : Юрайт, 2023. – 320 с. – ISBN 978-5-534-11457-2.
29. Фролова, Т. А. Управление качеством как фактор конкурентоспособности / Т. А. Фролова // Вестник качества. – 2019. – № 5. – С. 12–19.
30. Чернов, С. В. Стратегии конкурентного поведения на рынке услуг / С. В. Чернов // Маркетинг и менеджмент. – 2021. – № 7. – С. 45–53.
31. Шевченко, В. Н. Инструменты оценки конкурентоспособности в цифровую эпоху / В. Н. Шевченко // Экономический журнал. – 2022. – № 8. – С. 77–85.
32. Шумилов, И. А. Стратегии конкурентного поведения компаний: теория и практика / И. А. Шумилов, Н. В. Салтыкова. – Москва : КНОРУС, 2021. – 350 с. – ISBN 978-5-406-07293-7.
33. Яковлева, М. А. Влияние клиентского опыта на конкурентоспособность компаний / М. А. Яковлева // Журнал маркетинга. – 2023. – Т. 15, № 1. – С. 33–42.

Основные риски для образовательного процесса

Недобросовестное использование ИИ создает серьезные проблемы, подрывая фундамент профессиональной подготовки.

1

Эрозия знаний

Формируются критические пробелы в фундаментальных знаниях, необходимых для развития профессиональных компетенций.

2

Снижение навыков

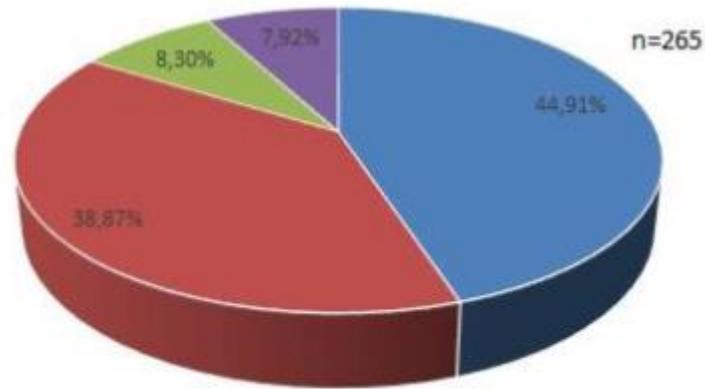
Не развиваются критическое мышление, аналитические способности и собственное творчество, необходимые в работе.

3

Деквалификация выпускника

Специалист с иллюзорной компетентностью оказывается неспособен решать реальные профессиональные задачи и быстро теряет конкурентоспособность.

Почему стандарт был необходим?



■ Редко ■ Часто ■ Ежедневно ■ Никогда

Рис. 1. Частота использования искусственного интеллекта

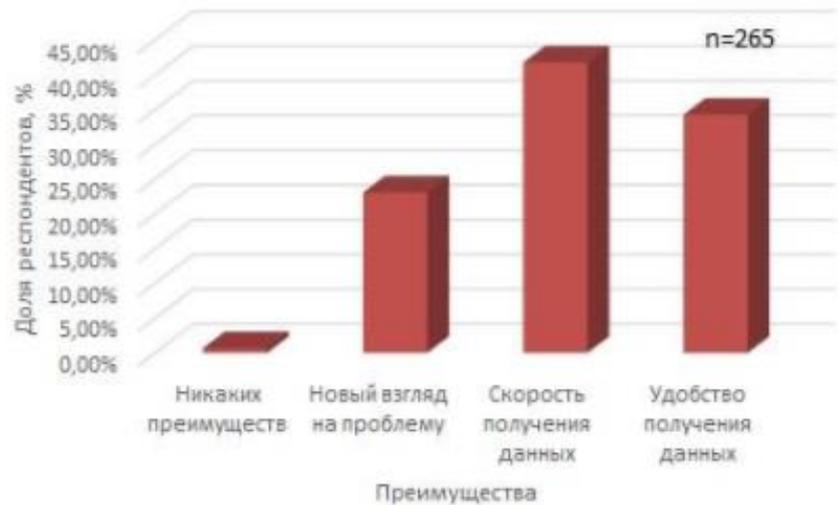


Рис.2. Преимущества использования искусственного интеллекта

Массовое распространение ИИ

Генеративные модели активно используются в науке и образовании.

Риск недобросовестности

Подмена результатов, обход проверки на плагиат, нарушение авторства.

Прецеденты конфликтов

Магистр РГГУ А. Жадан первым признался, что за сутки написал дипломную работу при помощи ChatGPT.

5.9. <...> В Университете допускается использование средств генеративного искусственного интеллекта (далее СГИИ), например Сбер GitaChat, YandexGPT, ChatGPT, иных СГИИ, при написании ВКР. Обучающиеся могут использовать СГИИ в качестве инструмента для анализа контекста, подбора идей и материала для выполнения ВКР и других учебных заданий. **Информация, полученная из СГИИ, должна быть подтверждена и дополнена другими, более надежными источниками.**

Обучающиеся обязаны самостоятельно анализировать, оценивать источники, выполнять исследовательские и проектные работы, используя данные, полученные с помощью СГИИ, как отправную точку для собственных исследований. **Обучающиеся обязаны указывать в тексте работы, в списке литературы или в сносках, что они использовали СГИИ для генерации определенной информации,** правильно цитировать источник, включая информацию о модели и версии СГИИ, при использовании сгенерированного текста с помощью СГИИ.

Университет оставляет за собой право проводить оценку соответствия деятельности своих структурных подразделений и сотрудников настоящей Политике и, **в случае выявления несоответствий, принимать корректирующие меры, а также вводить ограничения на применение систем ИИ** в исключительных случаях при условии, что они не противоречат федеральному и региональному законодательству, локальным нормативным актам Университета и принципам настоящей Политики.

6.22. При написании текстов ВКР допускается использование инструментов генеративного искусственного интеллекта. В этом случае **обучающийся обязан:**

- **заявить об использовании искусственного интеллекта в своей работе,** приведя описание конкретной модели генеративного искусственного интеллекта: наименование, цели и способы ее применения (указывается во введении ВКР);
- **подтверждать полученную информацию ссылками на надежные источники;**
- соблюдать этические нормы и законодательство об авторском праве.

В целях соблюдения академических норм, **работники и обучающиеся НИУ ВШЭ обязаны выделять результаты своей деятельности, при реализации которой был использован ИИ, указывая характер и объем работ, выполненных с его помощью.** При использовании компьютерных программ, имитирующих человеческое общение, необходимо публично сообщать пользователям об отсутствии сопровождения в них со стороны человека. В целях соблюдения академических норм, работники и обучающиеся НИУ ВШЭ обязаны выделять результаты своей деятельности, при реализации которой был использован ИИ, указывая характер и объем работ, выполненных с его помощью. При использовании компьютерных программ, имитирующих человеческое общение, необходимо публично сообщать пользователям об отсутствии сопровождения в них со стороны человека.

**Московский
государственный
педагогический
университет**

**Национальный
исследовательский
Томский
государственный
университет**

**Тюменский
государственный
университет**

**Высшая школа
экономики**

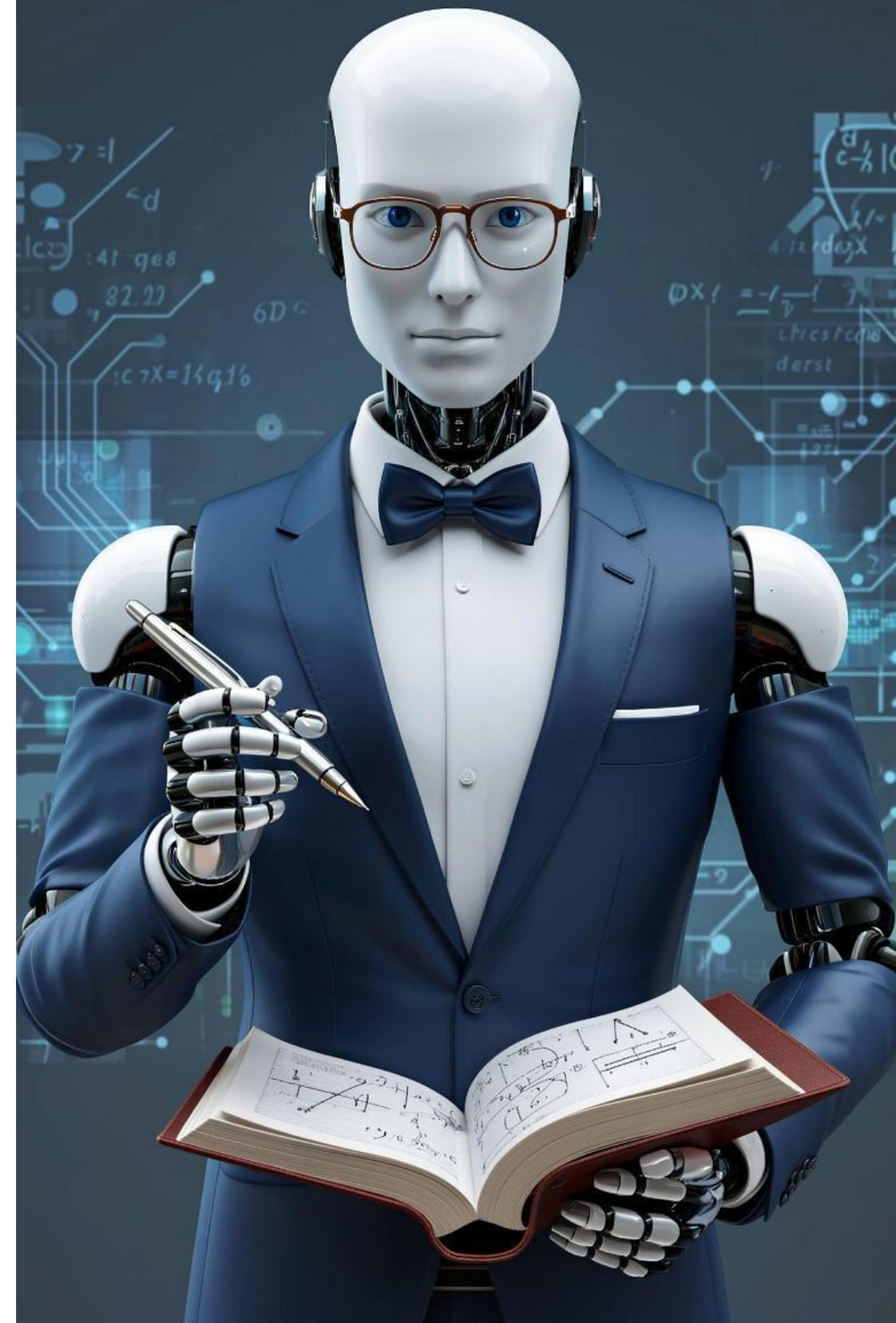
ГОСТ Р 71657-2024. Технологии искусственного интеллекта в образовании ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ПОДСИСТЕМА СОЗДАНИЯ НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ

Что это?

Национальный стандарт Российской Федерации, вступивший в силу 1 января 2025 года. Разработан для регулирования использования технологий искусственного интеллекта в сфере образования и науки, включая создание научных публикаций.

Основная цель

Обеспечить ответственное и этическое применение ИИ-технологий. Стандарт служит основой для разработки внутренних нормативных актов вузами, научными организациями и издательствами.



Что необходимо понять?

Не все технологии ИИ опасны

Широкий спектр инструментов помогает в аналитике, обработке данных и автоматизации рутинных операций.

Проблема – генеративные модели

Риск возникает при недобросовестном использовании генеративных моделей для подмены интеллектуального труда автора.

Ответственность пользователя

Различие между инструментом и злоупотреблением зависит от намерений и прозрачности его применения.

Области применения ИИ в научных исследованиях

01

Сбор и анализ данных

Автоматизированная обработка больших объемов информации, выявление закономерностей.

03

Выбор издания

Помощь в определении подходящих журналов и конференций для публикации.

05

Продвижение публикации

Создание материалов для популяризации результатов исследования.

02

Написание текста

Ассистирование в составлении научного содержания с сохранением авторской позиции.

04

Подготовка рукописи

Редактирование, форматирование, проверка соответствия требованиям издателя.

06

Мониторинг

Отслеживание цитирования, оценка влияния работы на научное сообщество.

Допустимые применения генеративного ИИ

1 Анализ данных из источников (п. 5.1.1. в. 4)

4) системы автоматической аннотации

Могут создавать краткие аннотации научных статей и других научных публикаций. Они могут помочь исследователям быстро оценить актуальность статьи и определить, стоит ли ее изучать более подробно.

2 Создание вариантов текста (п. 5.2.1. г. 3.)

3) системы генерации текста

Могут создавать варианты фрагментов текстов научных статей или отчетов на основе имеющихся данных и шаблонов. Для обеспечения этичного применения систем ИИ (см. 4.1) окончательную редакцию как текста научной публикации в целом, так и его любых фрагментов должен формулировать исследователь самостоятельно, проанализировав предложенные системой генерации текста варианты фрагментов текста;

3 Визуализация данных (п. 5.2.1. г. 5)

5) системы визуализации данных

Могут преобразовывать научные данные в графики, диаграммы и другие визуальные формы, делая их более доступными и понятными. Они помогают исследователям представить свои результаты в наглядной форме.

Допустимые применения генеративного ИИ

4 Автоматическая генерация аннотаций (п. 5.4.1. г. 2)

2) системы автоматической генерации аннотаций

Могут быть использованы для автоматической генерации вариантов аннотаций научных статей в соответствии с требованиями научного издания для публикации. Для обеспечения этичного применения систем ИИ (см. 4.1) окончательную редакцию аннотаций научных статей должен формулировать исследователь самостоятельно, проанализировав предложенные системой генерации варианты;

5 Проверка качества текста (п.5.4.1.г.3)

3) системы автоматической проверки и исправления текста

Могут быть применены для автоматической проверки грамматики, орфографии, стиля и других аспектов текста научной публикации. Это помогает улучшить качество текста и обеспечить соблюдение требований научного издания для публикации.



Роль стандарта для организаций

Основа внутренней политики

ГОСТ Р 71657-2024 служит опорным документом для разработки положений в вузах, научных и издающих организациях.

Аргумент в конфликтах

Стандарт обеспечивает критерии для разрешения спорных ситуаций и претензий к использованию ИИ.

Основа регламентов

На базе стандарта разрабатываются регламенты, определяющие роли, обязанности и процедуры при применении ИИ.

Технические и процессуальные методы контроля

Системы проверки

Модули обнаружения AI-текстов в антиплагиатных системах (Turnitin, Antiplagiarism и др.). Важно помнить: точность не абсолютна, требуется человеческая верификация.

Изменение формата заданий

Устная защита проектов, сдача промежуточных этапов (черновики, расчеты), задания привязанные к локальному контексту кафедры и предприятий региона.

Диалоговая проверка

Очные беседы о проделанной работе, обсуждение логики решения, уточняющие вопросы по методологии и выводам исследования.



НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА
ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Спасибо за внимание!

Макурина Анастасия Викторовна

Главный библиотекарь научно-библиографического отдела НТБ ОмГТУ

E-mail: avmakurina@omgtu.ru

Тел. (3812) 25-13-32