Дмитрий Александрович Стерликов

Воронежский государственный университет инженерных технологий

[dimok.36@yandex.ru](mailto:dimok.36@yandex.ru)

**Особенности использования технологий Искусственного Интеллекта в вертикальном видеоконтенте**

Вертикальное видео сегодня позитивно воспринимается пользователями и продвигается платформами. Однако и авторы, и зрители отмечают, что далеко не всегда удается использовать этот формат эффективно. В нашем исследовании мы анализируем попытки оптимизировать создание подобного контента с помощью использования технологий Искусственного Интеллекта

Ключевые слова: сетевой видеоконтент, видеоблог, вертикальное видео, нейросети, Искусственный Интеллект.

Появившееся относительно недавно вертикальное видео сегодня уже стало важной частью контента новых медиа. По мнению многих исследователей, именно такое видео имеет максимальную конверсию, хорошо воспринимается аудиторией и служит отличным средством продвижения блогов и сетевых медиа. Его популярность подкрепляется и тем фактом, что значительное число медиаплатформ предоставили своим пользователям возможность размещать подобное видео на своих аккаунтах. Наряду с этим уже на первых этапах его появления как авторы, так и зрители отметили некоторые сложности в его создании и восприятии. Мы в нашем исследовании предприняли попытку конкретизировать проблемы создания вертикального контента, которые видеохостинги (и в частности – видеохостинг YouTube) пытаются преодолеть с помощью использования технологий искусственного интеллекта.

Прежде всего, важно отметить изменение композиции кадра. Вертикальное видео делает невозможным применение классических принципов золотого сечения и правила третей. Появляется довольно много пространства относительно центральной горизонтальной линии. Это не создаёт проблем на крупных планах или дальних планах (в случае съёмки пейзажа). Однако в случае, когда нам необходимо показать горизонтальный объект (группу людей, здание и т.п.), складывается ситуация отсутствия полезной информации в некоторых частях вертикального изображения.

Решение этой проблемы, с точки зрения разработчиков YouTube, возможно в ситуации, когда ИИ будет сам дополнять недостающие композиционные фрагменты. Так, уже сейчас экспериментальная функция Dream Screеn, основанная на использовании технологий ИИ, позволяет генерировать фоновые изображения для коротких видео, причём ими могут быть как реальные пейзажи, так и вымышленные миры. Авторы могут вводить подсказки для создания фона, подобные тем, которые используются нейросетями для создания статичных изображений. Но предполагается, что уже совсем скоро технологии ИИ позволят трансформировать горизонтальный видеоконтент в вертикальный с сохранением основного реалистичного фона.

Эта же функция решает за автора вертикального видеоконтента проблему сочетаемости крупности планов. Так, обычные принципы перехода с плана одной крупности на план другой крупности «через план» в вертикальном видео часто не создают необходимого эффекта. Если в случае с горизонтальным видео это выглядит гармонично, то в вертикальном видео зачастую воспринимается как слишком сильный скачок по крупности. Dream Screеn помогает подобрать наиболее гармоничную сочетаемость и оптимальные переходы, используя «умную» обрезку видео.

Ещё одной проблемой в создании вертикального контента является панорамирование. Горизонтальная панорамная съёмка не всегда позволяет рассмотреть объекты в кадре – они уходят из кадра слишком быстро. Вертикальная панорама, напротив, кажется слишком затянутой и не всегда отвечает содержанию. Технологии ИИ и в этом случае приходят на помощь автору видеоролика, предлагая варианты замедления или ускорения контента без изменения его качества.

Важна, конечно, и тестируемая функция Creator Music, также опирающаяся на технологии ИИ, что позволит автору минимизировать усилия по подбору музыки для короткого вертикального видео.

Однако всё это детали по сравнению с тем, что нейросети уже сегодня могут предложить автору не только форму, но и содержание вертикального контента. Искусственный интеллект может полностью сгенерировать вертикальный контент на основе тематического запроса блогера.

И здесь мы приходим к вопросу: а что же остаётся автору? И кто в данном случае будет считаться автором? Вопрос далеко не праздный, поскольку вертикальный видеоконтент относительно недавно стал популярной медиапрактикой, но уже сейчас мы наблюдаем захват этой сферы технологиями ИИ. Можно предположить, что этот процесс отражает общую тенденцию вытеснения автора из сетевого медиапространства.

Литература

1. Вертикальное видео победило? // Про бизнес. URL: <https://probusiness.io/press/9915-vertikalnoe-video-pobedilo.html>. (дата обращения: 24.12.2023).