Андрей Владимирович Ульяновский

Санкт-Петербургский государственный университет

[a.uliyanovsky@spbu.ru](mailto:a.uliyanovsky@spbu.ru)

**О правилах представления деструктивной идеологии как визуального риторического контраста для укрепления идеологии позитивной и традиционной**

Рассматривается актуальное в технике захвата, т.е. учета аксиологии конкретного визуала в опыте машинного обучения ИИ. Выделяется несколько факторов медиапотока: приятия/неприятия сообщения деструктивной идеологии со стороны аудитории, особенности означивания на конкретных границах, определяются 10 факторов, влияющих на восприятие деструктивной идеологии.

Ключевые слова: деструктивная идеология, традиционная идеология, семейные ценности, контраст, визуальная риторика.

При разработке автоматизированного мониторинга деструктивной идеологии (ДИ) при помощи искусственного интеллекта (ИИ) представляется проблемой схватывание аксиологии конкретного визуала в трактовке опыта машинного обучения ИИ. Ведь один и тот же визуал получает конгломерат трактовок в зависимости от контекста, целей, даже – целевой аудитории.

Это понимание углубляют современные социологи [3]. Развитие идей философской антропологии приводит к пониманию человека как эксцентрически организованного существа, или, позднее, иррационального существа, плутающего в своих внутренних реальностях, стремящегося к собственной экспрессии [2].

Опишем теперь конкретную конфигурацию границ запрета по различным смысловым и ситуативным осям, выбрав в качестве модели студенческую социально-гуманитарную аудиторию в возрасте от 18 до 22 лет. Границы определялись по состоянию на 2011 г. исходя из совокупности наличествующих рекламных образов в их динамике [3]. В практическом плане полезно выделить несколько наиболее важных факторов приятия либо неприятия подобного сообщения, а также рассмотреть особенности работы на нескольких конкретных границах.

В качестве наиболее важных факторов мы рассмотрим следующие факторы при этом указав диапазоны слабого и сильного варианта их воздействия:

1. насколько крупно показывается изображение (диапазон: мелкий план в глубине кадра – крупный план);

2. продолжительность, время демонстрации пограничного образа (диапазон: всего несколько кадров или 0,05–0,1 секунды в сплошном потоке телевизионного вещания, которые можно рассмотреть только на стоп-кадре или продолжительная сцена в 10–30 секунд);

3. мера фотореалистичности образов (диапазон: грубоватая флэш-анимация или высокореалистичный, а порой и гиперреалистичный образ);

4. мера ощущаемой зрителем документальности происходящего (диапазон: явная анимированная 3D-фантазия – новостной блок ведущего телеканала);

5. мера привлечения внимания к происходящему (диапазон: все внимание приковано к происходящему на экране – действие происходит на периферии восприятия);

6. мера сопереживания, эмпатии зрителя к происходящему (диапазон: неинтересная история мало похожих на целевую аудиторию людей, события происходят очень далеко во времени и пространстве, персонажи несимпатичны или внимание перетягивает разворачивающаяся где-то неподалеку ситуация с крайне любимыми целевой аудиторией персонажами);

7. мера внезапности, неожиданности происходящего (диапазон: молниеносная случайность на экране или логическое завершение цепи событий);

8. мера задействования каналов восприятия информации целевой аудиторией (диапазон: отдельный слабый звук о происходящем на нейтральном фоне или полная информация высокой интенсивности синхронно по визуальному, аудиальному и кинестатическому каналу);

9. сформированность установки на восприятие у аудитории (диапазон: предварительные свидетельства звезд, экспертов, значимых знаменитостей, лидеров мнения о нормативности ожидаемого зрелища или связывание происходящего с опустившимися, психически больными, криминальными группами, девиантным поведением и маргинальными ситуациями);

10. жанр показываемого фрагмента (дипапазон – фотофиксация хирургической операции в новостях или гламурный рекламный ролик).

Первые результаты проекта состоят в следующем:

1. Уже выработано понимание допустимой визуализации – именно как риторического контраста, а не самостоятельной информации.

2. Достигнутое может и должно рассматриваться при машинном обучения ИИ в области ДИ, чтобы избегать ложную детекцию ДИ как самостоятельного, а не исключительно риторического приема.

3. Приведенные выше 10 факторов позволяют наладить необходимое машинное обучение ИИ по этим факторам.

Литература

1. Ульяновский А. В. Мифодизайн. Саратов, 2019.
2. Ульяновский А. В. Реклама в сфере культуры. СПб., 2012.
3. Шелонаев С. И. Институционализация медиапространства. СПб., 2013.