

УДК 004

***О СОЗДАНИИ ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ РАСПОЗНАВАНИЯ ВИДЕО ПО
КАДРУ (ФРАГМЕНТУ)***

Виноградова А.Е.

студент,

ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет

им. К.Э. Циолковского»

Калуга, Россия

Белаш В.Ю.

к.пед.н., старший преподаватель,

ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет

им. К.Э. Циолковского»

Калуга, Россия

Аннотация: в статье рассмотрены предпосылки создания приложения для распознавания видео по отдельному кадру или фрагменту. Подробно описаны стейкхолдеры проекта, проведен анализ заинтересованных категорий пользователей. Также изучены наиболее популярные существующие средства для распознавания видео и сделан вывод о базовых функциональных возможностях разрабатываемого приложения.

Ключевые слова: видео, распознавание, стейкхолдеры, технологии, фильм.

***ABOUT CREATING AN APPLICATION FOR VIDEO RECOGNITION BY
FRAME (FRAGMENT)***

Vinogradova A.E.

student,

Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovsky

Kaluga, Russia

Belash V.Yu.

Ph.D., Senior lecturer,

Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovsky
Kaluga, Russia

Annotation: the article discusses the prerequisites for creating an application for video recognition by a single frame or fragment. The stakeholders of the project are described in detail, the analysis of interested categories of users is carried out. The most popular existing tools for video recognition are also studied and a conclusion is made about the basic functionality of the developed application.

Keywords: video, recognition, stakeholders, technology, film.

Возможность использовать сеть Интернет подразумевает формирование определённого рекреационного и культурного пространства вокруг него. Это означает использование информационных технологий не только для решения определённых задач в работе, но и повседневное пребывание в виртуальном мире. Пользователь сети постоянно проводит время за просмотром фильмов или прослушиванием музыки, когда куда-то едет, кого-то ждет. Но однообразная музыка и одноформатные фильмы надоедают. Обилие визуальной и звуковой информации подразумевает поиск понравившейся медиатеки. Существуют приложения, распознающие любого рода мелодии, но вопрос сервисов по распознаванию фильмов не проработан. Для упрощения поиска целесообразно создать уникальное приложение, благодаря которому пользователь сможет быстро найти название интересующего его фильма с помощью скриншота из его отрывка или короткого описания.

Неотъемлемой частью создания приложения является стейкхолдинг. Существуют несколько определений стейкхолдера, например:

Стейкхолдер – это физическое либо юридическое лицо, которое прямо или косвенно воздействует на работу организации или располагает определёнными ожиданиями от результатов ее деятельности [2].

Стейкхолдеры – это те, кто активно вовлечен в проект или бизнес, те, на чьи интересы может повлиять успех или неуспех проекта, а также те, кто в силу своей должности или полномочий может сам повлиять на проект [3].

Все они имеют примерно одинаковый смысл: те пользователи, чьи интересы затрагивает создаваемый продукт.

Важное значение имеют прямые стейкхолдеры, собственно потребители продукта, использующие его для удовлетворения тех потребностей, которые он призван удовлетворить. Они являются, своего рода, ядром стейкхолдинга.

За пределами ядра находятся косвенные стейкхолдеры. Это те лица, которые не используют продукт для удовлетворения соответствующих потребностей, но получают выгоду от него иным образом – например, инвестируют в него.

Рассмотрим прямых и косвенных стейкхолдеров относительно настоящего проекта.

Основными (прямыми) стейкхолдерами в проекте являются люди, желающие посмотреть фильм. Их действие обусловлено следующим интересом: просмотр фильма, который их заинтересовал.

Косвенные же стейкхолдеры подразумевают наличие нескольких категорий:

- Разработчики;
- Партнеры, например Стриминговый сервис «Окко»;
- Инвесторы;
- Рекламодатели;
- Меценаты.

Рассмотрим данные категории подробнее.

Разработчики – это косвенные стейкхолдеры, которые воплощают задумку в жизнь. Они создают программу для приложения и разрабатывают

дизайн будущего сервиса. К разработчикам могут относиться как программисты, так и Web-дизайнеры.

Партнеры – это сервисы, которые сотрудничают с приложением. Их основные интересы подразумевают взаимную выгоду, ее стабильность и надежность.

Инвесторы – те, кто размещает финансовый капитал с расчетом на будущий доход (прибыль) или для получения преимущества (процентов). В данном проекте инвесторы играют важную роль в материальной части работы, выступая ее спонсорами. В свою очередь, данная категория лиц будет получать выгоду от вложенных инвестиций и сотрудничества.

Рекламодатели – связаны с направлением в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования с целью формирования или поддержания интереса к нему. Это одна из важнейших операций, так как появляется возможность популяризации продукции для увеличения количества новых потребителей, которым необходима услуга.

Меценаты – это люди, занимающиеся благотворительностью, которые для улучшения своей репутации и поднятия престижа могут помочь в материальном плане.

В Таблице 1 кратко обобщается вышесказанное по категориям стейкхолдеров.

Таблица 1. Обзор Стейкхолдеров проекта¹

Прямые		Косвенные	
Стейкхолдер	Интересы	Стейкхолдер	Интересы
Люди, желающие посмотреть фильм	Просмотр фильма	Разработчики	Воплощение идеи в жизнь
		Партнеры Стриминговый сервис «Окко»	Взаимная выгода. Надежность

¹ Составлено авторами

		Инвесторы	Получение выгоды от сделанных инвестиций
		Рекламодатели	Привлечение к проекту больше новых людей, которым необходима наша услуга
		Меценаты	Взаимный симбиоз нравственности и материальной составляющей

Далее стоит обратить внимание на аналогичные разработки для учета недостатков, разумной преемственности и улучшения работы создаваемого программного продукта.

Существует три поисковых способа:

- Поиск по картинке;
- Поиск по эпизоду;
- Поиск по цитате.

В свою очередь можно осуществить этот поиск в следующих ресурсах:

- Яндекс;
- Google;
- YouTube.

Оценив возможности вышесказанных сервисов, можно резюмировать следующее:

1. Процесс поиска фильма по эпизоду займет много времени и не всегда приведет к желаемому результату при использовании существующих ресурсов.

2. Яндекс и Google используют одинаковые алгоритмы для поиска по изображению, но при необходимости определить фильм по картинке, нужно опробовать оба варианта. Так как данные сервисы позволяют загрузить изображение не всеми способами. Кроме того, данные системы в своих базах

данных хранят небольшое количество кадров. Данный процесс займет длительное время и не всегда приведет к желаемому результату.

3. Процесс поиска по цитате не всегда приведет к желаемому результату при использовании существующих ресурсов.

Таким образом, разрабатываемый продукт должен быть способным:

- оперативно находить и предоставлять результат пользователям;
- обеспечивать загрузку изображений разными способами (скопированную картинку (скриншот) из буфера обмена, ссылку на фото из интернета);
- поддерживать базу данных, которая будет хранить значительное число покадрово сохраненных моментов из фильмов и сериалов;
- реализовывать качественный лингвистический анализ, трактовку морфологии, снятие омонимии и определение тематики запроса.

Библиографический список

1. Lin, Tom C. W., Reasonable Investor(s). 95 Boston University Law Review, 461, 2015, Temple University Legal Studies Research Paper No. 2015-20.
2. Азаренко, Н. Стейкхолдеры // UNISENDER. Словарь маркетолога. [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/stejkholder/>
3. Гридасов, А. Кто такие стейкхолдеры и как ими управлять // CALLTOUCH ЛИДС [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <https://www.calltouch.ru/blog/stejkholdery-kto-eto-takie-kakie-byvayut-vidy-stejkholderov-proekta/>
4. Пономарёва, С. В. Реклама. - СПб.: «Нева», 2004. С. 9.

Оригинальность 88%