

Секция «Современный медиаменеджмент (подсекция Белорусского государственного университета)»

Метавселенная и развитие короткого видео в китайских медиа

Научный руководитель – Федотова Наталья Александровна

Жэнь И

Аспирант

Белорусский государственный университет, Институт журналистики, Минск, Беларусь
E-mail: 936400630@QQ.COM

В марте 2021 года китайский 14-й пятилетний план впервые указал «блокчейн» как ключевую отрасль цифровой экономики, что послужило основой для развития метавселенной. 5 декабря 2021 года Информационное агентство Синьхуа создало Центр совместного творчества метавселенной для создания цифрового сетевого пространства нового поколения. «Катализатором повышенного внимания к метавселенным послужили высказывания Марка Цукерберга в конце июля 2021 года. В программном интервью для The Verge глава Facebook заявил о намерении в ближайшие 5-7 лет трансформировать свои социальные ресурсы в полноценную метавселенную» [2].

Согласно 48-му статистическому отчету о состоянии развития Интернета в Китае, количество пользователей Интернета в Китае постоянно растет. По состоянию на июнь 2021 года количество китайских интернет-пользователей достигло 1,011 миллиарда, включая 888 миллионов пользователей короткого видео (87,8% от всех интернет-пользователей) [5]. На наш взгляд, появление метавселенной следует рассматривать, как стимулирующий фактор развития платформ короткого видео, так как совершенствование технических возможностей метавселенной добавляет функции, привлекающие и вовлекающие аудиторию в создание и потребление контента.

Тенденция, характерная для платформ короткого видео, состоит в том, что виртуальные блогеры открывают личные аккаунты и размещают разнообразные видео, чтобы привлечь молодых пользователей. С 2021 года наблюдается стремительный рост числа виртуальных блогеров на платформах короткого видео. По данным Aimedia Consulting, в 2022 г. виртуальные блогеры-ведущие составляют 60,2 % всех виртуальных людей в Китае, более 70.7% людей тратили деньги на виртуальные блогеры-ведущие, и около 80% китайских пользователей нравится видео, произведенное виртуальными блогерами [4].

В октябре 2021 года виртуальный блогер Лю Еси разместила первое видео на платформе Douyin, которое набрало 3 миллиона лайков [1, с. 153]. Образ Лю Еси вызывает симпатию у китайских пользователей, так как ее образ не выдержан в европейском или американском стиле, а соответствует традиционной китайской эстетике. В выпущенных видеороликах Лю Еси есть сцены боев, которые благодаря технологическим возможностям выглядят очень ярко, реалистично и оказывают большое эмоциональное воздействие на зрителей. В видеороликах используется также сочетание традиций и современности, что привлекает большую аудиторию, 50.48 % которой мужчины и 49.52 % - женщины [3, с. 86]. В перспективе виртуальные цифровые блогеры смогут использовать большие данные и алгоритмы для точного анализа предпочтений пользователей и привлечения большего числа пользователей на платформы коротких видео.

Помимо этого, метавселенная предлагает больше возможностей использования короткого видео. По сравнению с традиционными платформами короткого видео, новые платформы конструируют более разнообразные трехмерные виртуальные объекты. Пользователи могут создавать свои собственные аватары, выбирая внешность, голос, прическу, цвет кожи и т.д. Также можно загрузить свою фотографию и получить свое виртуальное

изображение, автоматически сгенерированное искусственным интеллектом (AI). С 2022 года одна из функций приложения коротких видео Douyin предлагает создавать «индивидуального» виртуального человека для каждого пользователя в соответствии с личными предпочтениями. В чатах с другими людьми пользователи могут использовать созданных ими виртуальных людей в качестве собственного аватара.

С непрерывным развитием технологии метавселенной платформы коротких видео становятся всеобъемлющей социальной платформой, где можно общаться с друзьями в режиме реального времени, играть и т.д. В перспективе функции платформ коротких видео будут расширены за счет новых опций, вовлекающих аудиторию.

Источники и литература

- 1) Ван Чэньюэ. Исследование эстетических характеристик и распространения виртуальных идолов на коротких видеоплатформах // аудиовизуальные СМИ. 2022. №.10. С.153-156.
- 2) Журналист: <https://jrnlst.ru/metaverse>
- 3) Цай Юйсин, Чжан Юйшань. Подходы к общению с помощью коротких видео-аватаров // media forum. 2022. №.5. С.85-88.
- 4) Aimedia:<https://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1850460740/6e4bca44019010015>
- 5) Pengpai: https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_14239916