

КОРОТКИЕ ВИДЕО: ПРОБЛЕМА РАСШИРЕНИЯ ФУНКЦИЙ

Е. А. Смирнова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
berezovskaya@mail.ru*

В статье рассматриваются проблемы функциональности коротких видео. Обосновывается необходимость развития платформ коротких видео для распространения социально значимой информации.

Ключевые слова: видеоконтент; новые медиа; короткие видео.

SHORT VIDEOS: THE PROBLEM OF EXTENSION OF FUNCTIONS

E. A. Smirnova

*Belarusian State University,
9, Kalvariskaya Str, 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. A. Smirnova (berezovskaya@mail.ru)*

The article examines the problems of short video functionality. The need to develop short video platforms for disseminating socially significant information is substantiated.

Key words: video content, new media, short videos.

Тенденции развития медиа последнего десятилетия тесно связаны с конвергенцией, которая затрагивает не только конкретные операционные процессы, но и более глобальные: «интернет объединил предприятия, отдельных людей и факторы производства на широкой платформе медиа, а медиа, в свою очередь, стали оказывать непосредственное влияние на институты, организации, регионы и отрасли, создавая инновационные формы сотрудничества, расширяя его сценарии, приводя кре-

конфигурации отраслей в рамках модели “СМИ+”, которая стала новой моделью СМИ» [1].

В рамках принципиально новой медиамодели появляются и новые микротренды, один из которых – миниатюризация видеоформатов. Платформы коротких видео лидируют по количеству пользователей во многих странах мира. Так, согласно отчету Digital 2024, в Беларуси в начале 2024 насчитывалось 8.48 млн интернет-пользователей, из них 5.63 млн – пользователи TikTok (на 31,8% больше, чем в прошлом году). Кроме того многие традиционные социальные сети, которые до этого делали ставку на другие форматы контента, интегрируют создание коротких видео в свой функционал, чтобы удерживать аудиторию (Reels в Instagram, Shorts на YouTube). Трендсеттером в данном направлении по праву считается Китай. Платформы коротких видео являются вторыми по популярности веб-приложениями после обмена мгновенными сообщениями в Китае.

Несмотря на популярность самого формата, в Беларуси превалирует развлекательный характер коротких видео; многие бренды, и медиабренды в том числе, не рассматривают данный формат как источник социально значимой информации. Однако опыт Китая в развитии рынка коротких видео показывает, что платформы коротких видео способны не только удовлетворять потребность в развлечении, но стать средством распространения официальной общественно значимой информации. СМИ Китая и многие государственные ведомства постоянно увеличивают свое присутствие в приложениях коротких видео. Так, например, на платформе Douyin (китайский TikTok) уже в 2021 г. было зарегистрировано 26 098 официальных аккаунтов китайского правительства. Китайская телекомпания CCTV открыла в приложении Douyin более 30 аккаунтов, в том числе CCTV-первый канал, CCTV-экономика, CCTV-искусство и т. д. [2]. Китайские студенты, которые приезжают учиться в Беларусь, на вопрос, какой источник информации вы используете, чтобы быть в курсе новостей, называют платформы коротких видео и аккаунты официальных медиа на этих платформах, причем многие ребята воспринимают эти источники информации уже как привычные и традиционные.

Кроме того, как показала практика, в случае внезапных стихийных бедствий через платформы коротких видео можно эффективно передавать и массово распространять экстренные сигналы об опасности. Когда в июле 2022 г. провинция Хэнань пострадала от проливных дождей,

официальные СМИ Китая дали «оранжевое предупреждение» о сильных дождях через приложение Douyin, чтобы предупредить людей о мерах предосторожности. Затем на Douyin были размещена информация об аварийных убежищах и номера телефонов экстренных служб, благодаря чему более 80 000 человек поделились информацией и обратились за помощью [2].

Как видим, опыт Китая в развитии платформ коротких видео показывает, что функционал коротких видео значительно шире, нежели только развлечение. Емкие короткие видео способны выполнять не только рекреационную функцию, но и информационную, идеологическую, воспитательную и др. Однако создателям коротких видео официальных медиаканалов необходимо искать идеи, формы подачи социальной значимой информации, чтобы она не затерялась среди «вайнов» и «эдитов».

Библиографические ссылки

1. *Вартанова Е. К.* вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Медиальманах. 2022. № 2. С. 8–14.
2. *Жэнь И.* Тенденции развития медиарынка Китая под влиянием новых технологий // Труды БГТУ. 2023. Сер. 4. № 1. С. 52–59.