

**Мария Владимировна Медведева,**

*аспирант 2-го года обучения*

*Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»*

*Санкт-Петербургский государственный университет*

## **ФЕНОМЕН ТИКТОК И ПРОБЛЕМЫ МЕДИАГРАМОТНОСТИ В РОССИИ\***

**Аннотация.** В данной работе мы сделали обзор, что представляет собой TikTok. Мы постарались дать этому феномену научное определение, т. к. появился по историческим меркам он сравнительно недавно, но влияние, которое сегодня TikTok оказывает на медиаграмотность, на наш взгляд, значительно.

**Ключевые слова:** TikTok, медиаграмотность, медиакомпетентность, медиаобразование, массовые коммуникации, СМИ.

**Mariia Medvedeva,**

*postgraduate student of the 2<sup>nd</sup> year*

*School of journalism & mass communications*

*Saint Petersburg State University*

## **TIKTOK AS PHENOMENON AND PROBLEMS OF MEDIA LITERACY IN RUSSIA**

**Abstract.** In this paper, we have made an overview of what TikTok is. We tried to give this phenomenon a scientific definition, because it appeared relatively recently by historical standards, but the impact that TikTok has on media literacy today, in our opinion, is significant.

**Keywords:** TikTok, media literacy, media competence, media education, mass communications, mass media.

Сегодня аудитория TikTok это миллионы пользователей [1]. Легко присоединиться к армии «тиктокеров». Сегодня TikTok при-

---

\* Данное исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-311-90033.

влекает не только подростков. Недавно вышла статья о влиянии видео в TikTok на проблемы электронной коммерции и «эффект борьбы с бедностью», как его называют авторы. В своей работе они убедительно аргументируют, что сегодня TikTok является не просто социальной сетью, где эффективно развиваются механизмы электронной коммерции, но социальной силой, которая способна решать значительные проблемы [2]. Особый интерес представляет аудитория TikTok? В рамках интернет-пространства нет четкого определения относить к «тиктокерам» тех, кто ведет блог в рамках TikTok или тех, кто смотрит видеоролики.

Но кто и почему смотрит TikTok в России, можно ли с максимальной вероятностью относить к «тиктокерам» только подростков. Ведь сегодня TikTok — это часть предустановленного софта на телефонах, покупая тот или иной смартфон, пользователь не знает, что внутри. Заходит в приложение из интереса и проводит много времени. Не обязательно, что это подросток, сегодня освоением софта с большим азартом занимается и старшее поколение. Свидетельствует об этом большое количество появляющихся блогеров старше 60. Говорит ли это о возрастающей медиаграмотности или наоборот, сложно сказать на данном этапе исследований. Совершенно определенно можно говорить о том, что существует значительная взаимосвязь между TikTok и уровнем медиаграмотности и не только потому, что все же значительный сегмент аудитории — это подростки, а это будущие взрослые, но и потому, что сам по себе контент и формат его подачи является способом формирования медиаграмотности. Мы говорим о формате коротких видеороликов, которые, сменяя друг друга, не осмысливаются, а просто пролистываются. Человек за этим процессом теряет много количество времени, притупляя тем самым свой разум.

### Литература

1. Официальный сайт TikTok. URL: <https://www.tiktok.com/ru-RU> (дата обращения: 28.01.2021).
2. Yan J., Zhang Y., Chen L., Huang L., Huang Y. The Impact of Video Information and Publisher's Characteristics in Tik Tok Platform on the Spreading Effect of Poverty Alleviation by E-Commerce (2021) // *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1191 AISC. P. 763–777.