

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ТИКТОК ВО ВЬЕТНАМЕ

Чан Ван Ле

Университет Дай Нам, Ханой

Поступила в редакцию 20 марта 2024 г.

Аннотация: Платформа TikTok как социальное видеоприложение для Android и iOS, запущенное в 2017 г. китайской многонациональной интернет-технологической компанией, пока еще изучена недостаточно. В январе 2024 года, количество пользователей TikTok во Вьетнаме достигло почти 70 миллионов человек, заняв 5-е место среди стран с наибольшим количеством пользователей на этой платформе. Метод исследования специфики данной платформы в пространстве вьетнамского сектора Интернета базируется на соединении историко-культурного и статистического подходов к Большим Данным. Сделан вывод о соединении в функционировании TikTok принципов развлекательности и медиаобразования.

Ключевые слова: TikTok, социальные сети, видео, влияние, позитив, публик.

Abstract: The TikTok platform as a social video application for Android and iOS, launched in 2017 by a Chinese multinational Internet technology company, has not yet been sufficiently studied. In January 2024, the number of TikTok users in Vietnam reached almost 70 million people, ranking 5th among the countries with the largest number of users on this platform. The method of studying the specifics of this platform in the space of the Vietnamese Internet sector is based on a combination of historical, cultural and statistical approaches to Big Data. The conclusion is made about the combination of the principles of entertainment and media education in the functioning of TikTok.

Keywords: Tiktok, social networks, video, influence, positive, public.

Введение. Вьетнам считается одной из стран Юго-Восточной Азии с самыми высокими темпами роста пользователей социальных сетей [1]. Это связано с тем, что, например, TikTok становится все более популярной среди вьетнамской молодежи. Запущенная в Китае в 2016 г. под названием Douyin и появившаяся на международном уровне в 2017 г. под названием TikTok эта платформа объединилась с сетевой площадкой Musical.ly в августе 2018 г., что увеличило число пользователей юношеского возраста. Несмотря на пристальное внимание регулирующих органов со стороны США и других государств, платформа фиксировала значительный рост числа пользователей по всему миру: например, в ноябре 2020 г. число загрузок по всему миру превысило 2 миллиарда и в настоящее время содержание TikTok доступно в более чем 200 странах, работает на 75 языках [2].

Согласно недавно опубликованному отчету WeAreSocial-Digital 2024, количество активных пользователей в мире превысило 5,04 миллиарда человек [3]. Согласно отчету, в 2023 г. социальной сетью с наибольшим количеством пользователей стал Facebook (Meta)*¹ с 2,19 миллиарда пользователей. На втором

месте находится Instagram* с 1,65 миллиарда пользователей, а в тройке лидеров — TikTok с 1,56 миллиарда пользователей [3]. По данным исследования GlobalWeIndex, около 90% пользователей TikTok ежедневно посещают приложения и потребители остаются активными в течение долгого времени. Развитие этой платформы считается динамичным и даже бурным, поскольку корпорации Facebook*, пример социальной сети номер один в мире, потребовалось более 17 лет, чтобы охватить более 2 миллиардов пользователей, а TikTok достиг этой цифры за 5 лет [4]. Приведенные выше цифры доказывают, что TikTok стала лидером социальных сетей в мире. Согласно отчету, опубликованному организацией We Are Social в январе 2024 г., число вьетнамских пользователей составляет почти 70 миллионов, в результате чего Вьетнам занимает 5-е место в мире по количеству пользователей TikTok [3].

TikTok — это одна из социальных сетей, которая позволяет пользователям создавать и публиковать короткие видеоролики со множеством уникальных звуковых и графических эффектов. TikTok. Она работает на основе алгоритмов. Для анализа каждого опубликованного видео TikTok будет использовать визуальные технологии в сочетании с технологией обработки естественного языка. После завершения проверки контента и аудиосвязи TikTok отправит видео соответствующей группе пользователей (при-

¹ * Признан экстремистской организацией в РФ.

мерно от 100 до 500 человек), чтобы оценить уровень опыта на основе количества взаимодействий, в частности количества просмотров, делиться. Если *TikTok* имеет хорошую оценку (процент завершения более 60%, от 8% до 10% лайков), видео будет предложено и будет известно многим пользователям. Если *TikTok* сочтет видео некачественным, количество взаимодействий снизится, и большинство таких видео больше не будут рекомендованы пользователям [5]. *TikTok* — идеальная платформа для обновления тенденций и создания контента.

Площадка для обмена ценной информацией и место получения знаний. Вначале большая часть популярного контента в *TikTok* была развлекательной, например, танцы, подпевка под фонограмму, демонстрация талантов и т.д. Благодаря динамике роста и постоянным инвестициям со стороны *TikTok*, свидетельствующим о финансовой стабильности компании, образовательный контент становится все более популярным, превращая продукт массовой культуры в явление медиаобразования и воспитания. Управляющий директор *TikTok-Vietnam* Николас Фам заявил: «Во Вьетнаме *TikTok* зафиксировал выдающийся рост в 4 основных группах контента на платформе с января 2020 г. по январь 2021 г.: образовательный контент (рост примерно в 34 раза), развлечения (рост примерно в 34 раза), красота (увеличение примерно в 5 раз). Продукция и потребление электронной коммерции выросли примерно в 5 раз» [6]. Цифры доказывают, что образовательный контент представляет большой интерес для вьетнамских пользователей. Помимо положительных моментов, *TikTok* также оказывает негативное влияние на вьетнамскую общественность.

Теория использования и удовлетворения (U&G) широко применяется в исследованиях на таких онлайн-платформах, как веб-сайт [7]. Эта теория отличается от теорий массовой коммуникации — установления повестки дня; теория фрейминга; «волшебной пули»; воздействия СМИ на получателя новостей. Теория U&G предполагает, что люди активно и сознательно выбирают информацию, необходимую им для удовлетворения своих конкретных потребностей. Эта теория не рассматривает общественность как пассивный субъект средств массовой информации, а объясняет мотивы и причины активного выбора пользователями СМИ. Интеракционистская теория U&G является одновременно социологической и психо-психологической теорией, которая объясняет, почему и как люди активно выбирают средства массовой информации [7]. Теория U&G развивается в двух направлениях: разнообразное развитие в соответствии с целями и проблемами пользователей, которые хотят удовлетворить средства массовой информации; и определить точку зрения пользователя на тип средства массовой коммуникации. Эта теория предполагает, что выбор и использование медиа яв-

ляется целенаправленным и мотивированным, при котором пользователи активно стремятся удовлетворить личные потребности и желания посредством различных выбранных видов использования медиа. U&G часто используется для исследования вопросов «как и почему» об использовании медиа с точки зрения пользователя. В частности, сравнивая мотивационные модели с U&G, ученые обнаружили, что U&G обеспечивает лучшее объяснение использования информационных услуг, объясняя прямое влияние внутренних и внешних потребностей как на контент, так и на процесс использования. U&G также подходит для объяснения постоянного роста использования СМИ, причем отдельные пользователи будут увеличивать время использования социальных сетей, если их потребности удовлетворяются с помощью таких инструментов.

Спецификой платформы *TikTok* является то, что она привлекает пользователей своими уникальными функциями, такими, как возможность смотреть, создавать и делиться короткими видеороликами на самые разные темы с эффектами, подходящими для личных предпочтений, такими как фильтры, фоновая музыка, эффекты, наклейки на видео. Благодаря большому количеству пользователей во Вьетнаме видео на *TikTok* может делиться информацией, знаниями, инструкциями... В настоящее время агентства печати во Вьетнаме также используют *TikTok* в качестве канала передачи новостей, например, Вьетнамское телевидение (*VTV*), Голос Вьетнама (*BOB*), газета «Нхан Дан», «Лао Донг», «Дан Три»... Число подписчиков этих каналов также очень велико. Например, *VTV24* Вьетнамского телевидения: 6,6 млн.; Дэн Три — 3,3 миллиона, *VOV* — 2,1 миллиона [8]. Помимо традиционных каналов, новости прессы быстро принимаются общественностью через каналы пресс-агентств *TikTok*. В настоящее время телевидение и радиовещание больше не пользуются популярностью среди молодежи Вьетнама, вместо этого они получают информацию через цифровые платформы.

Помимо новостей прессы, через эту платформу широко распространяются знания и в других областях. Эксперты говорят, что *TikTok* изменил социальные сети и стал «крупнейшей вирусной машиной в мире». Многие эксперты и талантливые люди обладают множеством полезных для общества знаний: от здравоохранения, образования, технологий, культуры... Общественность может получать большой объем знаний удобным способом. Например, у канала Доктора Кунга 585 тыс. подписчиков, у канала Доктора Данга 412,5 тыс. подписчиков.

TikTok проводит образовательные кампании, такие как *LearnOnTikTok*, чтобы помочь людям учиться и обновлять знания для работы и повседневной жизни. За 3 года реализации этой кампании по состоянию на июль 2023 г. было 600 млрд. просмотров. Среди известных создателей: Цао Куонг Ву (3,9 млн.

подписчиков) — создатель контента о космосе, науке и обзоре полезных гаджетов; Дуй Там (3,9 млн. подписчиков) — технологический обозреватель с забавным стилем создания видео; Хюинь Дуй Кхуонг (1,3 млн. подписчиков) — консультант, делится работой, поведением и лидерскими качествами; Доктор Хай (646 тыс. подписчиков) — заместитель директора Института медицинских наук и технологий с видеороликами, дающими знания о здоровье; Нам Влог (817 тыс. подписчиков) известен своими видеороликами с интересными рецептами [8].

Удовлетворение потребностей общественности в пространстве TikTok. TikTok на сегодняшний день считается платформой социальных сетей с самыми передовыми алгоритмами. TikTok использовал машинное обучение и алгоритмы для определения следующего видеоконтента на основе прошлого поведения при просмотре. Умный алгоритм ленты «Для вас» — персонализируйте и предложите видео специально для вас. Вот почему предлагаемые зрителям видеоролики вызывают у них интерес, и они продолжают прокручивать их, чтобы продолжить просмотр.

TikTok с видео, включая яркие, привлекательные и доступные изображения и музыку. Это также причины, которые демонстрируют быстрый рост TikTok в последние годы. Публике нужны яркие цифровые блюда и контент, который ее интересует.

Видеоконтент в тиктоке широк — пользователи могут получить доступ к контенту во всех областях: от развлечений, обучения, культуры, истории, купли-продажи. В частности, потребности публики можно разделить на следующие группы: *поиск информации; социальное взаимодействие; развлечения; социальное взаимодействие; тренд; выразите себя; шопинг*

Благодаря большому количеству пользователей во Вьетнаме TikTok превратился в огромное бизнес-пространство. Он обещает повысить эффективность вашего бизнеса, поскольку позволяет охватить большое количество клиентов, не тратя много времени и денег. Продавцы и производители могут продавать товары с помощью видеороликов со ссылками на покупку, прямых трансляций или страниц демонстрации товаров. Магазин TikTok стал одной из самых популярных платформ электронной коммерции. В TikTok есть политика поддержки как продавцов, так и покупателей: расширение взаимодействия для продавцов, бесплатная доставка для покупателей, программы скидок. *TikTok Shop* — это возможность для бизнеса во многих областях быстро увеличить продажи. Пользователи по всему миру разнообразны по возрасту, интересам и местоположению. Благодаря развитию и инвестированию платформы преимущества TikTok дают возможность охватить большое количество потенциальных клиентов на рынке [9].

TikTok предоставляет возможность частным лицам и предприятиям эффективно создавать брен-

ды и повышать узнаваемость брендов. Согласно отчету *Metric*, общий доход магазина TikTok за первые 6 месяцев 2023 г. составил 16 300 млрд. донгов при 117 млн. проданных товаров [9]. На конференции *TikTok Shoppertainment*, которая недавно прошла в Хошимине, представитель платформы также подчеркнул преимущество платформы в том, что она становится местом, где пересекаются развлекательный контент и коммерческие элементы.

Благодаря огромному количеству пользователей и миллионам видеороликов, создаваемых каждый день, TikTok преуспел в создании разнообразной и творческой культуры сообщества во всем мире. Во Вьетнаме миллионы создателей контента в самых разных областях с совершенно разными отправными точками. Г-жа Туи, офисная сотрудница, превратила свой канал TikTok в урок английского языка, дуэт отца и сына Ба и Бой с юмором показывает повседневные семейные моменты, или Бо Бап — кавер-песню. Начиная с этой платформы, каждый человек, кажется, может раскрыть свой творческий потенциал. TikTok также стал источником значимых тенденций, передающих сообществу положительные ценности, таких как *vudieuruata* вьетнамский танец мытья рук, который распространяется по всему миру, или *#onhavanvui*, призывающий людей к ограничению расходов. Во время Covid-19 на TikTok оказалось более чем 10,2 млрд. просмотров [10]. Уникальные кампании с уникальными эффектами и запоминающейся музыкой охватили миллионы пользователей по всему миру.

Выводы. Платформа TikTok стала незаменимой частью жизни миллиардов людей по всему миру благодаря разнообразному и уникальному контенту, постепенно формируемому с учетом интересов молодых пользователей. Социальные сети стали пространством общения и «виртуальным» миром, сливающимся с реальным миром миллионов пользователей. Демонстрируя практические действия, она приносит пользу обществу и формирует положительные ценности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Преимущества и недостатки ТикТок. — Режим доступа: <https://infographics.vn/loi-va-hai-cua-tiktok/209331.vna> (дата обращения: 20.03.24).
2. TikTok и путь к диверсификации мирового творческого сообщества. — Режим доступа: <https://thanhvien.vn/tiktok-va-hanh-trinh-da-dang-hoa-cong-dong-sang-tao-toan-cau-185995067.htm> (дата обращения: 20.03.24).
3. Social Media in Vietnam-2023 Stats & Platform Trends. — Режим доступа: <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/vietnam> (дата обращения: 20.03.24).
4. Социальные сети во Вьетнаме: статистика и тенденции. — Режим доступа: <https://oosga.com/social-media/vnm/> (дата обращения: 20.03.24).
5. Цифровой маркетинговый отчет: we are social. — Ре-

жим доступа: <https://ychoc.com/vietnam-digital-report-2024/> (дата обращения: 20.03.24).

6. Фам Николас. Социальные сети и «виртуальный мир». — Режим доступа: https://openlibrary.org/people/nicholas_pham (дата обращения: 20.03.24).

7. Wu Wang Ha. The pace of digital transformation. — Режим доступа: <https://tuyengiao.vn/nghien-cuu/bao-chi-truyen-thong-trong-xu-the-chuyen-doi-so-137238> (дата обращения: 20.03.24).

8. The world's most popular iPhone app isn't Facebook

or WhatsApp. Zheping Huang, 12 января 2019. — Режим доступа: <https://ok.ru/progenesis/topic/155665893195229> (дата обращения: 20.03.24).

9. Колебания на рынке электронной коммерции Вьетнама в 2023 году. — Режим доступа: <https://subiz.com.vn/blog/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-nam-2023.html> (дата обращения: 20.03.24).

10. Decision Lab. — Режим доступа: https://tracxn.com/d/companies/decisionlab/_VRhfKJaFtWx6Q6GzITyBIqvxU7PTuiS3i6-xhBfU30 (дата обращения: 20.03.24).

Университет Дай Нам

Чан Ван Ле, кандидат филологических наук, факультет коммуникации

E-mail: letv@dainam.edu.vn

Dai Nam University

Tran Van Le, Candidate of Philology, Faculty of Communication

E-mail: letv@dainam.edu.vn