

УДК 004

Байкова И.А.,

кандидат политических наук, доцент кафедры медиа коммуникационных

технологий СПбГИКиТ,

Россия, г. Санкт Петербург

Дыркова А.О.,

студент

4 курс, факультет «Телевидения, дизайна и фотографии»

Санкт-Петербургский государственный

институт кино и телевидения (СПбГИКиТ)

Россия, г. Санкт Петербург

ТИК ТОК, КАК НОВАЯ ПЛАТФОРМА ДЛЯ БИЗНЕСА

***Аннотация:** Tik-Tok — социальная сеть, в которую пользователи выкладывают короткие ролики от 15 до 60 секунд. В приложение встроен видеоредактор с масками, стикерами, популярной музыкой и эффектами. Также есть привычные лайки (heart), комментарии и личные сообщения. На 2018 год 1,5 млн человек в возрасте от 10-25 лет активно смотрят видео из РФ. Средний таймлайн в Tik-Tok — 13 мин в день на человека. Каждый час количество пользователей растет. А единственный верный ответ на вопрос: «Когда начинать развиваться в Tik-Tok?» — Вчера.*

***Ключевые слова:** социальная сеть, TikTok, продвижение, разработка, технологии.*

***Annotation:** Tik-Tok is a social network, where users upload short clips from 15 to 60 seconds. The application includes a video editor with masks, stickers, popular music and effects. There are also familiar likes (heart), comments and personal messages. As of 2018, 1.5 million people aged 10-25 are actively watching videos from Russia. The average time online in Tik-Tok is 13 minutes a day per person. Every hour the number of*

users is growing. And the only correct answer to the question: "When to start developing in Tik-Tok? - Yesterday.

Keywords: *social network, TikTok, promotion, development, technology.*

История TikTok началась с приложения musical.ly в 2014 году. Соцсеть основал разработчик Алекс Чжу, который увидел на улице школьников, которые танцевали и снимали это на видео. Отсюда родилась идея караоке-приложения, в котором можно было кривляться, танцевать и петь под музыку. Сегодня это видеохостинг для создания коротких видео, принадлежащий пекинской компании «ByteDance». Представительства «TikTok» находятся в Лос-Анджелесе, Нью-Йорке, Лондоне, Париже, Берлине, Дубае, Мумбаи, Джакарте, Сеуле и Токио. Продолжением TikTok в 2016 году в Китае было создано приложение Douyin компанией ByteDance с полностью аналогичным функционалом.

9 ноября 2017 года ByteDance поглощает musical.ly, имея к тому моменту 300 млн пользователей в Douyin (в Китае) и желание расширяться на Запад. Сумма сделки по разным данным составила от 800 млн до 1 млрд долларов. В этом же году в Индонезии ByteDance запускает TikTok, клон своего китайского Douyin. В него и уходит вся база пользователей musical.ly.

На данный момент, ежедневная аудитория TikTok — 800 млн. пользователей (по данным Digiday). 2018 год — год расцвета популярности приложения. Он обгоняет Instagram по числу загрузок и активно приближается к вершине.

Причин популярности довольно много, однако основными считают уникальный формат, простую подачу роликов и простое управление. Так как создание роликов не занимает много сил и времени. По сути каждый зритель здесь способен стать автором ролика без наличия особых способностей в видео монтаже и постановке света. На площадке регулярно обитают современные звезды шоу-бизнеса, что привлекает их фанатов.

Сами знаменитости делятся своими публикациями из TikTok в других социальных сетях, а он в свою очередь добавляет водяную отметку на каждое видео.

Это облегчает поиск источника контента для зрителей. Движущей силой площадки является ее же система рекомендаций, благодаря которой десятки тысяч людей со всей планеты могут делиться своими творческими способностями и находить своих единомышленников. Они становятся популярными, их творчество расшаривают, а приложение скачивают новые люди.

По данным (ноябрь 2019 года) агентства Out Digital, в России у TikTok:

- 6,8 млн активных пользователей в месяц;
- 8,1 млрд просмотров видео в месяц;
- 36 минут — среднее время просмотров видео в день;
- 7 раз за день пользователь заходит в приложение.

TikTok идеален для продвижения музыкантов и их новых треков. Для сравнения: на Youtube клип набрал менее 1 млн просмотров с 21 апреля. Большая часть комментариев про TikTok.

Дебютный трек американского рэпера Lil Nas X «Old Town Road» занял первое место в чарте Топ-100 журнала Billboard. Изначально трек был удалён из чарта, так как, по мнению редакции, не соответствовал тематике.

После чего, рэпер загружает песню в TikTok и запускает челлендж #yeetaw, превращающих всех в ковбоев. 21000 постов и более 100 млн суммарных просмотров.

После чего песня вырывается за рамки челленджа и на момент публикации этой статьи в TikTok почти 1,5 млн роликов с использованием трека. Американский шоу-бизнес активно смотрит на новую платформу для продвижения.

На данный момент эта платформа пока не ориентирована на микро-бизнес, средний бизнес и даже крупным брендам пока тяжело. Но есть варианты продвижения:

- Продвигать бизнес, как личного бренда;
- Тематика контента: юмор построенный вокруг продукта.
- Видео с большим количеством динамики;

— БОльший упор делать на развлечение и удивление аудитории.

Здесь идеально продвигать интернет-магазины косметики, магазины подарков, инфобизнес с курсами рисования, танцев и так далее. также одним из ярких примеров продвижения можно рассмотреть телеканал ТНТ.

Будущее TikTok или как его видят. Сейчас в планах Bytedance разработка музыкального сервиса, который будет способен конкурировать Google Music, Apple Music, Spotify, Soundcloud, BOOM и Deezer. Такое решение компания объяснила большим количеством музыкантов в базе проекта, будущий музпроект будет содержать собственные тренды и магазин.

Основной целью разработки является увеличение возраста аудитории, повышение стимула у начинающих музыкантов и создание собственной инфраструктуры вокруг основного ресурса.

Список литературы:

1. VC.RU [Электронный ресурс] / Топ 30 масок в Instagram. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://vc.ru/social/64125-top-30-masok-v-instagram>, свободный. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
2. Филь М.С. Социальные сети: новые технологии управления миром. — М.: Университет “Синергия”, 2016. - 188 с.