

TiKTok:

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЩЕСТВУ



Александр Косенков,
младший
научный сотрудник
Института философии
НАН Беларуси

Приложение для создания и просмотра коротких видеороликов TikTok стало одним из самых обсуждаемых явлений информационного пространства последних лет. Интерес к нему как объекту исследования вызван стремительным ростом аудитории, большой популярностью у подростков, возрастающим влиянием на массовую культуру. Ввиду вышесказанного TikTok должен стать предметом рефлексии социальных и гуманитарных наук, которая позволит расширить представления о тенденциях развития информационного общества и способствовать минимизации рисков, сопряженных с дальнейшим распространением приложения.

TikTok как форма информационного обмена

TikTok разработан в 2016 г. китайской корпорацией ByteDance для мирового рынка (Douyin – аналогичное приложение для Китая). Пользователь приложения может создать короткий видеоролик, а также посмотреть в своей ленте контент других участников, специально подбираемый алгоритмами исходя из его предпочтений (на основе подписок, лайков и т.д.). TikTok уместно ставить в один ряд с другими программными продуктами – социальными сетями Facebook и Вконтакте, видеохостингом YouTube, мессенджерами WhatsApp, Telegram и пр. – и условно определять как одну из форм обмена, хранения и создания информации, порождающую коммуникативное пространство. Ключевые отличия TikTok от других аналогичных ресурсов, предоставляющие приложению конкурентные преимущества, – наличие относительно простого инструментария для создания контента, превалирование аудиовизуальной информации над текстовой. Вполне вероятно, что в условиях ускоряющихся информационных процессов лента из коротких роликов оказывается наиболее оптимальной формой взаимодействия индивида с информацией. Выше-сказанное во многом объясняет рост популярности TikTok: по данным компании Cloudflare, приложение стало самым посещаемым интернет-ресурсом в прошлом году [1]. По словам разработчиков, в июле 2021 г. его посетил миллиард пользователей, что на 45% больше аналогичного периода 2020 г. [2].

TikTok, исходя из вышесказанного, уместно рассматривать как новацию, авторы которой предлагают новую форму информационного обмена, соответствующую современной социально-технологической действительности. Показательно, что эта форма заимствуется многими разработчиками для создания собственных приложений [3], к ней адаптируются социальные сети и видеохостинги (функция коротких видео запущена, к примеру, в YouTube). Важно, таким образом, в контексте осмысления приложения отметить, что TikTok со временем может потерять популярность, но предложенный им формат – найти воплощение в других аналогичных программных продуктах.

Амбивалентность TikTok

Практики пользования TikTok делают обоснованными многие опасения технопессимистов. Следует отметить, что еще на первых этапах распространения Интернета у некоторых современников появились надежды, что развитие новой технологии, предоставляющей свободный доступ к информации, будет способствовать становлению виртуального пространства как некоей идеальной (в противовес «реальному» обществу) модели социальных отношений, в лоне которой даже возможно формирование нового типа личности. Об этом писал, к примеру, Д.П. Барлоу в Декларации независимости киберпространства (1996 г.), адресованной американским политикам в ответ на попытки законодательного регулирования виртуального пространства. «Мы должны провозгласить сво-

боду наших виртуальных «я» от вашего владычества, даже если мы и согласны с тем, что вы продолжаете властвовать над нашими телами. <...> Мы сотворим в Киберпространстве цивилизацию Сознания. Пусть она будет более человечной и честной, чем мир, который создали до того ваши правительства» [4].

Однако в новом столетии стало появляться все больше оснований для критики цифровизации. Как выяснилось, уходя во Всемирную паутину от так называемой «системы», индивид оказывается во власти технологических корпораций, которые помимо того, что определяют правила взаимоотношений в виртуальном пространстве, также «выкачивают» терабайты пользовательских данных, предоставляя их третьим лицам. Фантаст Б. Стерлинг в 2012 г. заметил, что становится все меньше смысла говорить о технологиях: для понимания цифровизации необходимо изучать деятельность самих корпораций, определяющих облик современности [5]. Очевидно, что для властителей виртуального пространства извлечение прибыли оказалось важнее личностного развития пользователя сети.

Однако опасения в данном случае вызывает не только факт роста влияния транснациональных корпораций, но и то обстоятельство, что вместо индивида, ориентированного на получение информации из различных источников и расширяющего свой кругозор в ходе общения с другими пользователями, социально-технологическая действительность способствует формированию личности, которая тратит часы на бессмысленную переписку и листание лент социальных сетей. Практики

использования TikTok как подтверждают такие доводы технопессимистов, так и проливают свет на другие негативные явления информационного общества. Например, взаимодействие индивида с потоком видеороликов делает более убедительным тезис о клиповом характере современной культуры, а часто применяемые при создании видео спецэффекты – о наполнении информационного пространства фейковой информацией. Показательно, что TikTok также понижает планку качества контента: длинные тексты блога LiveJournal начала столетия уступили место коротким, часто бессодержательным видеороликам. Уместно в таком случае задаться вопросом: если отмеченные еще ранее негативные следствия цифровизации находят свое воплощение в практиках использования нового приложения, является ли данный вектор технологического развития действительно правильным?

Однако при всех обоснованных опасениях необходимо понимать, что пренебрежительное отношение к TikTok опрометчиво и преждевременно. Во-первых, анализ практик использования цифровых технологий, включая сам TikTok, подтверждает амбивалентный характер цифровизации: весьма сложно, критикуя технологии, игнорировать их созидательные возможности (как и наоборот).

Во-вторых, TikTok является не статичным, а динамичным феноменом, который трансформируется по мере включения в коммуникативное пространство все большего числа пользователей. Так, аудитория приложения сегодня увеличивается и, что важно, взро-

слеет [6]. С приложением работают для достижения своих целей институты образования, здравоохранения, средства массовой информации и другие социальные субъекты. Поразительно, но аккаунты заводят даже монахи – представители весьма консервативного социального института [7]. В TikTok появляется множество сегментов, и помимо танцующих под современные хиты подростков пространство приложения теперь представлено блогерами, которые повествуют об искусстве, обучают иностранным языкам и т.д. В Витебске, в частности, есть пример использования TikTok учителем истории [8].

Наконец, в-третьих, следует признать, что разработчики прилагают немало усилий для совершенствования ресурса. Так, в этом году была увеличена максимальная продолжительность роликов до 10 минут [9], стало автоматически удаляться видео со сценами насилия [10]. Предпринимаемые шаги дают надежду на то, что сотрудники TikTok и в дальнейшем, получая обратную связь от социальных субъектов, будут делать приложение качественней.

Ответы на вызов

В сложившейся ситуации, когда TikTok укореняется в современной культуре и становится все более многомерным феноменом, необходимо смещать фокус восприятия и осмысления приложения. Следует направлять интеллектуальные силы уже не столько на вынесение каких-либо однозначных вердиктов, сколько на поиск наиболее конструктивных практик его использования, совершен-

ствование навыков ориентации индивида в новом коммуникативном пространстве.

Автор полагает, что среди всех возможных стратегий взаимодействия социальных субъектов с TikTok наиболее оптимально их включение в приложение и создание собственного контента. Очевидно, что запретительные и ограничительные меры технически трудно реализуемы, нецелесообразны и в некоторой степени наивны: невозможно обратить время вспять, вернув в руки среднестатистического пользователя телевизионный пульт или газету (при этом меры по борьбе с интернет-зависимостью и формированию информационной культуры не теряют актуальности). К негативным последствиям может привести также игнорирование TikTok, которое лишь станет свидетельством недооценки последствий его распространения. Однако стратегия участия в коммуникативном пространстве приложения требует конкретизации.

Социальным субъектам, в частности государственным структурам, образовательным, медицинским институтам необходимо включаться в TikTok и применять его для своих целей: информирования о деятельности, взаимодействия с другими социальными субъектами, создания позитивного имиджа и т.д. Китайские специалисты, к примеру, изучая практики использования TikTok медицинскими учреждениями во время пандемии, отмечают, что ввиду популярности приложения его следует рассматривать «как официальное средство передачи информации о здоровье гражданам» [11]. Исследователи СМИ также призывают

журналистов создавать контент в TikTok. По их словам, включение в приложение обосновано ростом его аудитории, общемировой тенденцией снижения доверия к традиционным СМИ, а также появлением новых практик потребления новостей: пользователи сегодня не столько ведут поиски новостного контента, сколько «случайно находят» его в общем потоке информации своей ленты [12].

К сказанному следует добавить, что включение в TikTok необходимо для того, чтобы приложение интенсивнее укоренилось в культуре, стирало границу между реальным и виртуальным, становилось площадкой с множеством «входов и выходов», а не замкнутым коммуникативным пространством – укрытием для убегающего от действительности индивида. Ролик о книге классика, например, может сопровождаться ссылкой на полную версию текста, а информация о работе учреждения – на его официальный веб-сайт. Волонтерские отряды, профсоюзы, молодежные организации могут публиковать информацию о своей деятельности и вовлекать в нее как можно больше участников, стимулируя их «реальную» активность.

При этом включенным в TikTok социальным субъектам в ходе создания контента предстоит найти баланс между содержательностью, информативностью, но при этом яркостью, соответствующей духу приложения. Это будет, с одной стороны, делать ролики популярными, привлекая внимание пользователей, а с другой – способствовать совершенствованию коммуникативного пространства ресурса, его напол-

нению более качественным содержанием. Обратим в данном случае внимание и на то, что создание контента в информационном обществе должно быть уделом именно профессионалов, а специалистам, прежде всего психологам, необходимо давать ответы на вопросы о том, каким должно быть идеальное информационное содержание мессенджеров, видеостингов и социальных сетей.

Наконец, возможности TikTok следует использовать для раскрытия творческого потенциала личности. Необходимо рассматривать коммуникативное пространство приложения как среду не только для развлечения, но и для творчества. Большая популярность TikTok среди подростков во многом и может быть объяснена необходимостью самовыражения. Социальным институтам, прежде всего образовательным и культурным, необходимо задействовать TikTok для поиска талантов и их дальнейшего развития, предлагая в последующем другие – и уже не столько виртуальные, сколько реальные – траектории личностного роста в рамках школ, университетов, культурных учреждений и т.д. С другой стороны, образовательные и культурные институты могут использовать приложение в качестве «витрины» своей деятельности, знакомя пользователей с собственными достижениями.

Таким образом, наиболее оптимальная стратегия взаимодействия с TikTok может быть кратко сформулирована следующим образом: включение социальных субъектов в коммуникативное пространство приложения с созданием качественного, но соответствующего духу

приложения контента, а также привлечение его возможностей для раскрытия творческого потенциала личности.

Заключение

Цифровизация меняет нашу действительность, предоставляя современнику немало поводов для критики прогресса. TikTok в данном случае не исключение. Однако помимо осмысления конкретных явлений информационного общества необходимо искать ответы на более фундаментальные вопросы.

В первую очередь важно понять, способна ли сформировавшаяся институциональная система современного общества реагировать на технологические вызовы. «Мы пробуем понять технологии XXI века и управлять ими с помощью образа мыслей XX века и набора государственных институтов XIX века», – обращает внимание на проблему экономист К. Шваб [13]. Гораздо более опасными представляются не столько конкретные вызовы цифровизации, сколько отсутствие своевременных и адекватных на них ответов. Безусловно, можно сетовать на некритическое восприятие индивидом информации, но необходимо понимать, что формирование информационной культуры – удел школ, университетов и других образовательных институтов. Уместно критиковать практику потребления коротких роликов и обвинять в этом разработчиков, однако следует также констатировать, что сегодня предпринимается немного усилий и для приобщения индивида, например, к чтению качественной литературы. Как уже было сказано, вызовы,

сопряженные с распространением TikTok, отнюдь не новы для информационного общества: они были выявлены еще на предыдущих этапах его становления, но, к сожалению, предупреждения не были услышаны. Ввиду этого необходимо понять, каким образом должны функционировать научные учреждения, своевременно распознавая новые проблемы и участвуя в их преодолении.

Кроме того, современные институты, имея сложную структурную организацию, медленно адаптируются к происходящим трансформациям. Так, между выходом TikTok, его стремительным распространением (точно характеризующим исследователями как «цифровой лесной пожар» [14]) и первыми ответами специалистов на новые вызовы проходят достаточно длительные временные промежутки. Потому не удивляет то обстоятельство, что, например, в США только в марте 2022 г. начато расследование влияния TikTok на психическое здоровье несовершеннолетних [15].

Вторая проблема связана с принципами и ориентирами, которые позволили бы соподчинить технический прогресс развитию цивилизации. Во всем мире принимается множество стратегических программ, которые предусматривают совершенствование и внедрение цифровых технологий, но направлены на решение в первую очередь экономических задач. Примечательно, что понятие цифровизации ассоциируется и даже отождествляется с термином «цифровая экономика», хотя очевидно, что данный процесс приводит к более многомерным трансформациям. Сле-

довательно, необходимо искать решения более фундаментальных задач. Важно, в частности, понимать, что именно индивид, по верному замечанию социолога М. Кастельса, является главным творцом виртуального пространства, приспособляя его «к своим собственным нуждам и системе ценностей» [16]. Однако каким именно должен быть идеальный пользователь/индивид? Каким должно быть идеальное общество и какая роль отведена в нем технологиям? Очевидно, что это нетривиальные проблемы, которые проходят сквозной линией через всю историю мысли, не теряя актуальности для национальной и мировой философии и сегодня

(автор работы также формулирует принципы, которым, на его взгляд, необходимо следовать в процессе цифровизации [17]). Ввиду этого параллельно с рефлексией над последствиями внедрения технологий следует приумножать гуманитарное знание, продолжая поиски ответов на основополагающие вопросы, касающиеся человека, общества, этических принципов, технологий и пр. Именно обновленная система знания должна стать концептуальной основой для реализации программ по развитию и распространению цифровых технологий, а также интеллектуальным источником, обращение к которому будет способствовать преодолению вызовов современности. ■

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. In 2021, the Internet went for TikTok, space and beyond // <https://blog.cloudflare.com/popular-domains-year-in-review-2021/>.
2. Ежемесячная аудитория TikTok превысила 1 млрд // <https://www.vedomosti.ru/technology/news/2021/09/27/888487-ezhemesyachnaya-auditoriya-tiktok-previsila-1-mlrd/>.
3. В России запущен аналог TikTok // <https://rg.ru/2021/11/30/v-rossii-zapushchen-analog-tiktok.html>.
4. Барлоу Д.П. Декларация независимости киберпространства // <http://lab314.brsu.by/kmp-lite/kmp2/Net/Declaration/declaration.htm>.
5. Макафи Э. Машина, платформа, толпа: наше цифровое будущее / Э. Макафи, Э. Бриньолфсон. – М., 2019.
6. Возрастная аудитория пользователей TikTok // <https://tiktokgid.ru/vozroznaya-auditoriya/>.
7. A group of nuns goes viral for Jesus // <https://www.economist.com/united-states/2022/02/12/a-group-of-nuns-goes-viral-for-jesus>.
8. Как педагог и школьники из Витебска рассказывают о героях войны в TikTok // <https://www.belta.by/regions/view/reportazh-kak-pedagog-i-shkolniki-iz-vitebska-rasskazyvajut-o-gerojah-vojny-v-tiktok-472221-2021/>.
9. TikTok разрешил видео до десяти минут // <https://www.kommersant.ru/doc/5238170>.
10. TikTok автоматически начнет удалять видео с обнаженными и сценами насилия // https://www.rbc.ru/technology_and_media/11/07/2021/60ea36b99a7947684986caa3.
11. C. Zhu. How Health Communication via TikTok Makes a Difference: A Content Analysis of TikTok Accounts Run by Chinese Provincial Health Committees / Zhu C. [et al.] // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. December, 2020. P. 1–13.
12. J. Vazquez-Herrero. Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok / J. Vazquez-Herrero, M–C. Negreira-Rey, X. Lopez-Garcia // *Journalism*. October, 2020. P. 1–19.
13. Шваб К. Технологии четвертой промышленной революции. – М., 2018.
14. G. Weimann. Research Note: Spreading Hate on TikTok / G. Weimann, N. Masri // *Studies in Conflict & Terrorism*. May, 2020. P. 1–14.
15. В США начали расследование влияния TikTok на несовершеннолетних // <https://www.kommersant.ru/doc/5239821>.
16. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург, 2004.
17. А. Ю. Косенков. Цифровизация в ракурсе философских исследований: новые угрозы и способы их преодоления // *Наука и инновации*. 2020. №11. С. 36–40.