Массмедиа в России и мире

***Тема ситуации на Украине в китайской социальной сети «ТикТок» (на примере аккаунта телеканала CGTN)***

Научный руководитель – Щепилова Галина Германовна

***Чжан Мэн***

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

1. mail: 1065704486@qq.com

«ТикТок» – в Китае известен как «Douyin» – является ведущей видеоплатформой для коротких видео и одной из популярных социальных сетей в мире. Приложение имеет более 1 миллиарда пользователей из 150 стран.

Потенциал «ТикТок» для телевизионных новостей проанализировали [Чобанян К.В.](https://istina.msu.ru/profile/kchobanyan/" \o "Перейти на страницу пользователя) и [Никольская Э.С](https://istina.msu.ru/workers/140320230/" \o "Перейти на страницу сотрудника). Они считают, что за короткое время «ТикТок» стал любимым местом для большинства молодых пользователей. Однако до сих пор очень мало новостных телеканалов работают с аудиторией «ТикТок». Хотя исследователи пришли к выводу, что на платформе есть место и для традиционных форматов ТВ, и для адаптированных под «ТикТок» новостных сюжетов.[1]

Китайский телеканал CGTN начал работать с «ТикТок» в 2018 году. По состоянию на 29 февраля 2024 года на аккаунте «ТикТок» телеканала CGTN было опубликовано в общей сложности 7737 коротких видео, получено 218 263 405 лайков, на канал подписано более 9,69 миллионов человек. Короткое видео «ТикТок» CGTN в основном разделено на несколько рубликов: «CGTN о ситуации в России и на Украине», «Вместе с CGTN в будущее», «Голосовой поиск CGTN» и «Увеличительное стекло правды» и т.д.

Среди них раздел «CGTN о ситуации в России и на Украине» имеет в общей сложности 238 коротких видео и 140 миллионов просмотров. Короткие видео включают в себя заявления политиков из разных стран, интервью с экспертами, прямые репортажи и т.д. Этот раздел привлек международное внимание, поскольку ситуация в России и на Украине является актуальной темой в мире.

В ходе исследования автор выяснила следующее:

1. По одной и той же теме между контентом СМИ Китая и западных стран существует очевидная разница. Например, СМИ Китая используют для обозначения войны термин “ситуация в России и на Украине” и “российско-украинский конфликт”, а не распространенный на Западе термин “вторжение”;
2. Наибольшую популярность по количеству просмотров получили короткие видео продолжительностью до 60 секунд;
3. CGTN придает большое значение качеству представления своего контента. Например, публикуются эксклюзивные контент «[Дневник Маслака](https://www.youtube.com/hashtag/%D0%B4%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BC%D0%B0%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%BA%D0%B0)» от военных корреспондентов, находящихся на передовой. Продолжительность каждого видео не более пяти минут.
4. Короткие видео «ТикТок» CGTN основаны на объективных фактах, поэтому ведущие и блогеры мало выражают собственное мнение. Но CGTN выражает свое мнение через интервью. Например, выражение недовольства Западом в ролике “Иракские беженцы осуждают Запад за эскалацию российско-украинского конфликта”.

Теперь в социальных сетях бушуют информационные войны. Иногда по одной и той же теме между контентом разных СМИ существует очевидная разница. В мире, где доминируют западные СМИ, СМИ других стран предстоит пройти еще долгий путь, чтобы завоевать право голоса.

**Источники и литература**

1. [Чобанян К.В.](https://istina.msu.ru/profile/kchobanyan/" \o "Перейти на страницу пользователя), [Никольская Э.С](https://istina.msu.ru/workers/140320230/" \o "Перейти на страницу сотрудника). Testing the waters: Tiktok’s potential for television news // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. — 2021. — Vol. 3. — P. 62–88.