

Процесс адаптации общественно-политического контента медиахолдинга «Минская правда» к площадке TikTok

Актуальная статистика говорит, что с 2018 по 2022 год TikTok остается лидером по числу скачиваний, которое превысило два миллиарда раз. А постоянными пользователями TikTok сейчас является более миллиарда человек по всему миру. В числе глобальных тенденций, оказывающих влияние на медиaprостранство, ученые называют «активное использование современными журналистами цифровых технологий и возможностей новых медиа» [1, с. 70]. Более того, многие исследователи считают, что «всплеску интереса пользователей к изначально «детской» платформе с развлекательным контентом во многом способствовал длительный период изоляции, вызванной эпидемиологическими условиями» [2, с. 18].

Газета «Минская правда» является главным печатным изданием Минской области, входит в состав одноименного информационного агентства. В ходе исследования нами было проанализировано 100 последних «тиктоков» «Минской правды». Установлено, что медиахолдинг ведет свой TikTok @m.pravda очень активно, выкладывая клипы регулярно. Контент постоянно обновляется, однако есть и те видео, которые остаются в категории «закрепленных». Исследование позволило нам выявить пять следующих групп видео в TikTok-аккаунте «Минской правды»: «тиктоки» с текстовой составляющей, социально ориентированные «тиктоки», шуточные «тиктоки», обзоры газет и интерактив с аудиторией.

Если последний вид подразумевает ответ журналиста на самые острые вопросы публики, шуточные «тиктоки» представляют легкий, понятный контент. А в обзорах газет под популярную музыку перелистывается печатная версия «Минской правды». «Тиктоки» с текстовой составляющей и социально ориентированные «тиктоки» предназначены рассказать об информации разной тематики или раскрыть важные вопросы для общества.



В частности, один из самых популярных «тиктоков» «Минской правды» на момент исследования набрал 9346 лайков, 800 комментариев и 465,5 тыс. просмотров. Название клипа «Александр Григорьевич и его досвидос санкциям». В TikTok «Минской правды» очень много материала именно на общественно-политическую тему.

Таким образом, мы установили, что TikTok «Минской правды» достаточно хорошо справляется со своей задачей. Аккаунт вовлекает новую аудиторию в основном за счет трендовой фоновой музыки, интерактива с аудиторией, динамичных видео и визуализации контента. Нами выявлен также ряд недоработок редакции: некомпетентность и излишняя эмоциональность в общении со зрителями со стороны журналиста (в некоторых клипах), преобладание только политического контента, неэффективность и низкая вовлеченность в некоторых «тиктоках» (например, обзоры газет).

ЛИТЕРАТУРА

1. Градюшко А. А. Ключевые тенденции развития зарубежных интернет-СМИ в условиях дигитализации медиасреды // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа: материалы VI Международ. научн.-практ. конф., Минск, 16 февраля 2017 г. / сост. Б. Л. Залеский ; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. — Минск, 2017. — С. 66–71.
2. Плотникова М. В. Воздействующий потенциал дискурса «новых медиа» в молодежной среде (на примере социальной сети TikTok) // Вопросы управления. — 2021. — № 2 (69). — С. 16–30.